対日アクセス実態調査報告書

― 補修用自動車部品 ―

平成 14 年 3 月

日 本 貿 易 振 興 会

JETRO

調査報告書の取りまとめにあたって

1．本調査の目的

我が国は、これまで、世界経済の均衡ある発展と、国民生活の質的向上を図るため、規制緩和等、市場開放に特段の努力を払ってきており、また、各種の輸入促進策により輸入の拡大を図ってきたところである。しかし、諸外国においては、「日本市場には、海外からの商品の参入に対して大きな障害がある」といった不満や批判が、依然として存在することは否定できない。

特に、近年、関税や輸入数量割当てなどの国境際での貿易障壁が低くなるにつれて、日本国内の公的規制や商慣行などに注目が集まっている。
仮に、こういった国内の障壁が原因となって海外からの商品やサービスの参入を阻害しているなら、それは海外の企業の日本市場における活動の制約になるだけでなく、日本国民が海外の商品・サービスを有効に消費、利用する機会を限定していることになる。
しかし、欧米主要国においても、それぞれ固有の規制、商慣行がみられる。日本の規制や商慣行の評価をできるだけ客観的に行うためには、これらについての海外との比較が必須と考えられる。

対日市場アクセスの実態に関し、内外における客観的な理解に資し、建設的に我が国の規制や商慣行のあり方についての検討を進めるためには、それらの公的規制、商慣行等の特徴とその市場参入への影響等を、客観的に把握することが重要である。

このような観点から、本調査は、諸外国から市場開放要求がある、あるいは内外価格差が存在するなどの業種について、毎年、特定業種（分野）を取りあげ、具体的に、我が国の公的規制、商慣行等を、欧米主要国と対比つつ、その実態と特徴を明らかにし、その調査結果を国内外に広く公表するものである。これにより、我が国の公的規制や商慣行等のあり方について、一般に意見を求め、議論を進めるための検討材料を提供することが、本調査の目的である。

2．調査方法

調査をできるだけ説得性のあるものにするため、本調査の方法にはいくつかの特徴がある。

（１）諮問委員会の設置

客観的かつ国際的視野から調査を実施するため、国内外の一線で活躍している学識経験者 9 名で構成する「諮問委員会」を設置した。同委員会は、調査開始の段階で具体的調査の実施について指示を与えるとともに、報告書とりまとめの段階において、その内容に関し、総合的観点からの検証・評価を行い、最終報告書のとりまとめに参画した。

（２）具体的調査の方法

日本国内における調査と欧米主要国における調査を実施した。その際、我が国の個々の公的規制・商慣行等に関し、具体的事項の国際比較と客観的評価が可能となるよう、国内調査において、まず主要な論点を絞り込み、次いでこれらの特定の論点について、海外の状況を調査し、比較・分析の段階でその相違を明らかにする手法を探った。

具体的には、国内調査においては、文献収集による分析を行った後、広範なインタビュー調査を実施した。また、海外調査においては、海外のジェトロ事務所が、文献調査や業界関係者に対するインタビュー調査などを通じて、実態をとりまとめた。
なお、国内外調査の過程において、調査対象分野ごとに、必要に応じて、当該分野の専門家の意見を聴取した。

調査にあたり、次のような共通的アプローチを念頭に、調査を進めることが諮問委員の間で合意された。日本における輸入品の価格と外国における価格との間に価格差がある場合、下記の３つの要因のうち、主にどの要因に帰すのかの解明を目標にすべきというものである。

①日本特有な商慣行に起因する流通の高コストにあるのか。
②日本市場の価格弾力性が低いこと等を利用して、外国企業ないし輸入代理店が日本向け価格を高めに設定している（差別価格、あるいは pricing to the market）ことによるのか。
③外国企業が対日輸出するにあたり、日本の公的規制が独特であることから、これに適合させるために、高コストを招いていることによるのか。

現実的には、これらの要因が相互に関連している可能性もあり、また、調査における情報量の制約もあり、報告書を断定的にとりまとめることは難しい。しかしながら、この一連の調査では、個々の産業分野固有の現象にも配慮しつつ、上記の共通の基本的視点を念頭において、各分野の市場アクセスの問題を分析することとした。

３．報告書の内容

本調査報告書の内容は、諮問委員会の意見もあり、あらゆる問題を網羅的にとりあげたものではなく、重要な論点と思われるものに絞っている。また、各論点についても、手法等の制約により、必ずしも厳密な検証を行い得なかった部分もあり、今後、国内外からの指摘をも踏まえ、必要に応じ、さらに検討を深めていくことが適当であると考える。

諮 問 委 員 会 委 員 （9人）

◎伊藤　元重	東京大学
深尾　京司	一橋大学
村上　政博	横浜国立大学
岡崎　哲二	東京大学
フランス・アンドリーセン (Frans Andriessen)	ユトレヒト大学
デビッド・フラス (David Flath)	ノースカロライナ州立大学
アニール・カシャップ（Anil Kashyap）	シカゴ大学
ゲイリー・サクソンハウス（Gary Saxonhouse）	ミシガン大学
ジョン・サットン（John Sutton）	ロンドン大学

（注）◎は座長

目次

＜関連資料＞

はじめに

【 調査の目的・視点 】

自動車部品は、自動車を構成する数万点の工業製品の総称である。自動車部品の市場が自動車の生産･販売・整備と表裏一体の関係にあることは、改めて言うまでもない。それゆえに、自動車の生産および年間販売台数で米国に次ぐ世界第２位の規模にある日本は、自動車部品の有望な市場の一つと欧米から見られている。一方、こうした有望市場であるにもかかわらず、日本向け自動車部品の輸出が思うように伸びないことから、次第に日本市場の閉鎖性が問題とされ、米国による対日規制緩和要求となって表面化した。

こうした点を踏まえ、本調査では補修用自動車部品市場を対象に、公的制度、流通・取引慣行などについて調査し、さまざまな角度から市場阻害的要因の検証を試みた。これらの主要因を国際比較するため、米国、英国、ドイツ、フランスの４カ国で海外調査を実施した。

【 調査対象 】

自動車部品は、自動車メーカーの工場で新車に組み付けられる部品（Original Equipment Parts：OE 部品）と、保有車の修理や整備、機能アップなど自動車の使用者の様々なニーズに対応する補修用自動車部品に大別される。日本の自動車部品の市場規模は約 12 兆円で、そのうち OE 部品が 10 兆 584 億円、補修用自動車部品が 1 兆 3,224 億円を占めている（出荷額ベース。社団法人 日本自動車部品工業会「自動車部品出荷動向調査（2000 年度）」)。

補修用部品は、故障時に加えて消耗による需要も多いため、各国とも自動車メーカー、OE 部品メーカー、アフターマーケット専門部品メーカーなどが補修用自動車部品を供給しており、巨大な補修用自動車部品市場が形成されている。補修用自動車部品を需要発生要因別に次の２つに分けることができる。

Ａ．車両の使用による消耗、時間の経過による劣化で需要が発生するもの
Ｂ．車両の故障、事故や自損により需要が発生するもの

補修用自動車部品の需要発生要因別分類

需要発生の要因	主要品目
A．車両の使用による消耗、時間の経過による劣化（Replacement Parts）	ディスクブレーキパッド、オイルフィルタ、ショックアブソーバ、マフラー等の消耗部品、バッテリー、タイヤ　等
B．車両の故障、事故や自損（Repair Parts）	・ミラー、ランプ等の外装部品 ・ドア、バンパー等のボディパネル ・シート等の内装部品　等

B．の分野は、自動車の故障や事故に起因する需要であり、膨大な部品点数の割には一部品あたりの需要件数が少なく、自動車メーカーがアフターサービスとして供給責任を果たすか、リサイクル（中古･再生）部品の活用により需要を満たす分野といわれる。こうしたことから、本調査では、一部品あたりの需要が大きく汎用性の高いA．の分野を対象とする。

調査対象部品としては、①自動車の使用者が車両を自己管理する中から交換時期を決めている、②一品目あたりの市場規模が大きい、③参入メーカーが多く海外からの参入要望も強い、④販売チャネルが多様で市場競争が厳しい等の４つの視点から、下記 12 品目を選定した。これら 12 品目でA．の総需要の約９割をカバーするといわれ[i]、また、自動車メーカーが使用者向けに発行する『サービス手帳』にも、消耗部品、定期的な交換が必要な部品として明記されている[ii]。また、本調査では、自家用乗用車を対象とする。

調査対象の補修用自動車部品の国内出荷金額（2000 年度）

品　目	出荷額（億円）	構成比（%）
① ディスクブレーキパッド＆ブレーキシュー（Disk Brake Pads & Shoes）	472	6.6
② マフラー（Exhaust System Parts）	135	1.9
③ ショックアブソーバ（Shocks and Struts）	85	1.2
④ オイルフィルタ（Oil Filters）	226	3.2
⑤ エアフィルタ（Air Filters）	95	1.3
⑥ スパークプラグ（Spark Plugs）	91	1.3
⑦ バルブ（Bulbs）	46	0.6
⑧ Vベルト（Belts）	149	2.1
⑨ クラッチディスク＆カバー（Clutch Disks & Covers）	202	2.8
⑩ ワイパーブレード（Wiper Blades）	97	1.4
⑪ バッテリー（Batteries）	622	8.7
⑫ タイヤ（四輪用補修タイヤ）（Tires）	4,900	68.8
総　計	7,120	100.0

(資料) 社団法人 日本動車部品工業会「自動車部品出荷動向調査（2000 年度）」より国内向け出荷金額を集計。ただし、バルブ、Vベルト、バッテリー、タイヤについては、同工業会のデータがないため、ヒアリングによる推計。

---

[i] A．に分類される交換部品のうち、12 品目以外にはフューエルフィルタ、ブレーキホース、ラジエータホース、ブレーキシリンダのインナーパーツキット、ベアリング、オイルシール、サーモスタット、ウオーターポンプ、ラジエータキャップ、ドライブシャフトブーツ、ガスケット、ピストンリング等があるが、いずれも補修用の需要は少ない。また、日本では、スタータ、オルタネータのほとんどが修理されており、交換需要は少ない。

[ii] マフラー、ショックアブソーバを除く

【 調査結果の要約 】

１．補修用自動車部品の製造（輸入）に関する規制

日本および欧米諸国とも、安全確保と環境保護の観点から自動車の技術基準を定め、自動車の同基準への適合を義務付けている。日本では、補修用自動車部品（以下、補修部品という）の技術基準（保安基準）への適合は、車検時に自動車に装着した状態で確認される。米国では、補修部品のみならず車体本体も含め全て自己認証により基準への適合が求められる。ＥＵには公的な認証制度があり、補修部品についても技術基準への適合が求められている。

日本では、整備事業者等の補修部品の取扱業者は、品質の判断材料となる基準等が少ないこともあり、製品の安全確保のため、企業や製品のブランドを信用して選択する傾向がある。そのため、新規参入するメーカーや輸入商社等は、ブランドを確立するため、収益に見合わないコストと時間を費やしており、それが負担になるとの指摘がある。

２．自動車の検査・点検制度（自動車の整備に関する規制）

日本およびＥＵは、検査項目の内容や受検期間等の違いはあるが、自動車の保安上の観点から、車検を義務付けている。米国は、連邦政府は車検を規定していないが、各州に車検の実施を推奨し、一部の州が車検を義務付けている。

日本では、95 年以降、点検整備および検査に関し、一連の規制緩和が推進された。規制緩和により、自動車の使用者の選択肢が拡大し、整備業界の競争が活発化することによって補修部品の需要も拡大するとみられていたが、実質的には定期点検整備の実施の低下等に伴い、整備が先送りされ、補修部品市場が縮小した。今後は、業界等で点検整備を推奨するとともに、自動車の使用者の自己管理責任を促していくことが必要であるとの指摘がある。

３．自動車の整備事業にかかわる規制

日本およびドイツ、フランスでは、自動車整備事業を行うには、保安上の観点から定められた基準を満たした上で、開業の許可を得なければならない。米国では連邦レベルでの規定はないが、一部の州では、整備事業者の基準を定め、事前に登録することを義務付けている。他方、英国では、自動車整備事業に対する規制はないが、車検を行う場合は、保安上の観点から定められた基準を満たす整備事業者に認定が与えられる。

日本では、95 年以降の規制緩和を受け、カーショップやガソリンスタンド等の整備事業への新規参入が拡大している。自動車の使用者の安全確保と環境保全の観点から、自動車整備事業を行うには最低限の規制は必要といわれるが、整備事業に健全な競争が働くことは、補修部品市場の発展につながる可能性があることから、より新規参入しやすい環境にすべきとの指摘がある。また、規制緩和により自動車整備事業者の業態が多様化し、使用者の選択肢も拡大したことから、今後は、自動車整備士が使用者に補修部品の機能を説明し、適切な交換時期を助言するなど、積極的に最適な整備サービスを提案していくことが補修部品市場の拡大につながるとの指摘もある。

４．補修部品の市場特性

日本では自動車使用者のニーズに対応するため、４年に１回は自動車のフルモデルチェンジ等を行い、車種・型式が多様化し、補修部品点数は増加してきた。このため日本の補修部品市場は外国企業が新規参入するためには幅広い品揃えが必要となり開発コストが大きな負担になる。一方、欧米諸国は車種体系が日本に比べてシンプルで部品点数は少なく、自動車メーカー間で部品の共通化が進んでいることもあり、補修部品の品揃えは日本に比べて容易であるといわれている。また、日本は欧米諸国と比べ車齢が短いことから補修部品の市場規模が小さい。日本では、近年、部品の共通化の動きが始まったが、これが進展すれば外国企業が新規参入する際、補修部品の品揃えが容易になるとの指摘がある。

５．流通システムと品番検索

日本では品番検索システムのコンピュータ化が進んでいるが、現在ソフトウェア会社間の競争が少ないため、顧客のニーズに合わせたシステムの多様化が進んでいない。今後、欧米諸国のように補修部品情報がよりオープンな形で開示されれば、各業態のニーズに合わせた様々なシステムが開発されるようになり、ソフトウェアメーカー間の競争も進み、健全で競争のある市場維持に役立つとみられる。これにより外国メーカーを含む補修部品のサプライヤーのビジネスチャンスが拡大すると予想される。

６．補修部品の市場価格

日本では、整備料金の透明化が進み、車検・整備等の価格競争は激化しているものの、自動車の使用者の認知度が低い部品については価格競争が起こりにくいと言われる。ドイツや英国でも法的義務付けはないが、価格の提示が行われている。一方、米国の多くの州やフランスでは、整備工場は事前に自動車使用者に部品価格および工賃を提示することが義務付けられている。

日本の整備事業者が部品の品質、価格などの違いを説明して自動車使用者の選択肢を広げ、コスト意識を高めるような情報提供を行えば、整備の時に使用する部品も使用者が整備の依頼先を選択するための重要な要件となり補修部品の市場構造は大きく変わる可能性があるといわれる。

主 要 論 点

Ⅰ．公的規制

１．補修用自動車部品の製造（輸入）に関する規制

日本では、安全確保と環境保護の観点から自動車の保安基準を定め、自動車の同基準への適合を義務付けているが、補修用自動車部品（以下、補修部品という。）を製造（輸入）するにあたり、事前に同基準への適合を証明することは求められない。また、整備事業者などで補修部品を取り扱うにあたり、品質の判断材料となる基準等が少ないこともあり、新規参入する部品メーカー等は、ブランドを確立するために多額のコストと時間が必要とされると指摘されている。

＜各国で異なる補修部品の技術基準への適合確認＞

日本では自動車の安全確保と公害防止を図るため、「道路運送車両法」（以下、「車両法」という。）に基づく“保安基準”を満たす自動車でなければ、公道を走行することはできない[1]。保安基準は、自動車が保安上必要とする最低限の車両構造等を定めた技術基準であり、新規検査、継続検査（以下、車検という。）等により、同基準への適合が求められる。新型車については、自動車の構造等が保安基準に適合し、かつ均一性を有している場合、自動車メーカー等の申請により、国土交通大臣はその型式を指定し[2]、指定を受けた自動車は新規検査の審査業務が簡略化される[3]。また、あらかじめ国土交通大臣の指定を取得した装置に関しては、自動車型式指定の際の保安基準適合性に関する審査業務が簡略化される[4]。2001 年６月時点で 37 装置が装置型式指定の対象となっており、うち 29 装置が国連欧州経済委員会の「車両等の型式認定相互承認協定（略称）」に基づく相互承認の対象となっている[5]。装置型式指定を受けた装置については“自マーク”を、相互承認対象装置については“Ｅマーク”を添付することができる。一方、補修部品の保安基準への適合は、車検等において自動車に装着した状態で確認されるため、補修部品単体での検査等は行われない。

自動車部品に関する規格としては、工業標準化の観点から制定された日本工業規格（JIS）[7]がある[8]。JIS への適合は部品メーカー等の任意であり、一部の JIS 適合品に関しては JIS への適合

---

1 「車両法」第 40 条、第 41 条、第 42 条。保安基準は、自動車が保安上必要とする最低限度の車両構造および装置、乗車定員、最大積載量等を定めた技術基準であり、「道路運送車両の保安基準」（51 年 7 月 28 日 国土交通省令第 67 号）により定められる。

2 「車両法」第 75 条

3 指定を受けた自動車は、新規検査において現車の提示が省略される（「車両法」第 59 条第 4 項）。

4 「車両法」第 75 条第 3 項、第 75 条の 2。なお、保安基準は、装置については 70 項目が規定されている。

5 日本は国際基準調和、相互承認を推進するため、98 年 11 月「車両並びに車両への取付け又は車両における使用が可能な装置及び部品に係る統一的な技術上の要件の採択並びにこれらの要件に基づいて行われる認定の相互承認のための条件に関する協定」（略称「車両等の型式認定相互承認協定」）に加入した。これは 58 年に締結された国連欧州経済委員会（ECE）の多国間協定で、自動車の装置毎に 112 の協定規則(基準)が制定されており、2001 年 6 月時点、37 カ国・1 地域が同協定に加入している。日本は 2001 年６月時点、17 規則を採択、29 装置が相互承認の対象となっている。

6 Original Equipment

7 Japan Industrial Standards. 2001 年３月時点、9017 件の JIS が制定されており、うち自動車に関しては 340 件。

8 JIS のほか、民間団体規格の自動車技術会（JASO）の規格がある。JASO は、2001 年５月時点、380 件の規格を制定している。JASO によるマーク表示制度等はなく、JASO 規格への適合はあくまでも任意である。

を表す“ JIS マーク ”を添付することができ[9]、バッテリーが JIS マーク表示の対象となっている[10]。しかし、流通業者や整備事業者等の補修部品の取扱業者は、製品の安全確保のため、部品メーカーの技術力やブランドを重視して商品を選定する傾向があるといわれる。取扱実績のないメーカーの補修部品を使用するにあたっては、取扱業者はその品質の確認に労力を費やしているが、JIS 等の規格に適合しているか否かはさほど重要視されていないといわれる。そのため、補修部品市場に新規参入しようとする部品メーカーや輸入商社等は、企業や製品のブランドを確立するため、多額のコストと時間を費やしているといわれる。

図表1　自動車の技術基準とマーク表示制度の国際比較

	技術基準	補修部品の技術基準への適合確認方法	適合確認者③	マーク表示制度（対象部品）	
				表示義務	任意
日本	保安基準	車検等で車体装着時に確認	自動車の使用者	―	JIS ﾏｰｸ（ﾊﾞｯﾃﾘｰ）
米国	FMVSS	メーカー等が販売前に自己確認	部品メーカー等	FMVSS への適合ﾏｰｸ（ﾀｲﾔ）	FMVSS と同等とみなされるﾏｰｸ（ﾊﾞﾙﾌﾞ）
EU	EU 指令①	販売前に公的機関の審査を経て、EC 型式認証取得②	部品メーカー等	技術基準への適合ﾏｰｸ(ﾃﾞｨｽｸﾌﾞﾚｰｷﾊﾟｯﾄﾞ、ﾏﾌﾗｰ、ﾀｲﾔ,ﾜｲﾊﾟｰﾌﾞﾚｰﾄﾞ)	技術基準と同等とみなされるﾏｰｸ（ﾊﾞﾙﾌﾞ）

（注）本表は、調査対象 12 品目を対象にしている。
① EC 型式認証にかかわる個別の EU 指令が、自動車の技術基準となっている。
② EC 型式認証は主に装置を対象にしているが、ディスクブレーキパッド、マフラー、バルブ、タイヤに関しては、装置の構成要素として EC 型式認証取得が義務付けられている。
③ 技術基準への適合確認が義務付けられている者

米国は安全確保の観点から「全国交通・自動車安全法」に基づき、運輸省道路交通安全局（NHTSA）が連邦自動車安全基準（FMVSS）を定めており、米国で製造（輸入）される自動車および同部品については、OE 部品、補修部品を問わず、FMVSS を満たすものでなければならない。FMVSS は個別に定められた 53 の技術基準から成り、基準によっては装置および部品に FMVSS への適合を表示することが義務付けられる[11]。NHTSA は、各基準毎に装置および部品の試験方法等を規定しており[12]、メーカーは販売前に FMVSS への適合を確認する（自己認証）。NHTSA は、販売前に FMVSS への適合を確認するための検査等は行わないが、市販後のサンプリング調査等を通じ、FMVSS への不適合が見つかった場合には厳しい罰則規定を設けている[13]。また、自己認証であることから、国連欧州経済委員会の「車両等の型式認定相互承認協定」にはオブザーバーとして参加するに留まる[14]。規格としては自動車技術者協会（SAE）[15]が規格推奨案

---

[9] JIS マークの表示対象は、既に制定された JIS の中から、主務大臣が指定して官報に告示する。

[10] 始動用鉛蓄電池（JIS D 5301）。市販バッテリーの大多数が JIS 適合品といわれるが、JIS マークの表示率は７％程度。また、JIS マークの対象品目ではないが、日本で発売される国産ノーマルタイヤの 80%が JIS（D4230）に適合しているといわれる。

[11] 例えば、タイヤは、製品に DOT（Department of Transportation）マークを付すことが義務付けられている。

[12] 49Code of Federal Regulation（CFR）§567

[13] 49CFR§578. 個々の基準への不適合は 1,000 ドル以下（一連の不適合の場合、合わせて 800,000 ドル以下）の罰金が課せられる。

[14] 日本や欧州諸国と異なり、米国は自己認証であることから、基準調和だけを目的とし、相互承認を含まない「車両等の世界技術規則協定」の必要性を提唱している。

[15] SAE は 1906 年に設立され、全世界のエンジニア会員 80,000 人で組織する技術者団体。SAE 自体は規格を制定しないが、推奨案を作成し、これをアメリカ規格協会（ANSI）が SAE 規格として承認する。SAE は、車両技術に

を作成する SAE 規格がある。SAE によるマーク表示制度等はないが、SAE 規格は FMVSS の推奨基準に採用されている。

ＥＵでは、域内で製造（輸入）される自動車および同部品は、安全確保の観点から、OE 部品、補修部品を問わず、「EU 指令[16]」に基づく基準を満たすことを証明する EC 型式認証を取得することが義務付けられている。加盟各国は、基準への適合を試験するテクニカル･サービス機関と、EC 型式認証を与える認証機関を設けなければならず[17]、1 国で与えられた EC 型式認証は域内各国で有効となり域内での自由流通が可能となる。EC 型式認証は個別の「EU 指令」により定められた 54 の技術基準毎に取得が義務付けられ､基準によっては装置および部品に EC 型式認証を取得したことを示す EC 型式認証マーク（通称､“ e マーク ”）を表示しなければならない。補修部品のうち、ディスクブレーキパッド、マフラー、タイヤ、ワイパーブレードに関しては、EC 型式認証の取得が義務付けられている[18]。また、EU は国連欧州経済委員会の「車両等の型式認定相互承認協定」の 109 の協定規則のうち 78 規則を相互承認しており、同協定に基づく型式認証は EC 型式認証と同等とみなされる[19]。なお、同協定に基づく型式認証には、国番号を列記した“ E マーク ”が付与される。さらに、部品メーカー等は、EC 型式認証取得後も、適切な品質管理体制[20]を維持することが義務付けられている[21]。品質管理体制維持の要件として、品質管理に関する ISO 等の規格[22]を遵守するか、または同水準の品質管理体制を持つことが規定されている。規格に関しては、欧州規格（EN）があり、EC 型式認証の推奨基準として採用されている[23]。

≪まとめ≫

日本および欧米諸国とも、安全確保と環境保護の観点から自動車の技術基準を定め、自動車の同基準への適合を義務付けている。日本では、補修部品の技術基準（保安基準）への適合は、車検時に自動車に装着した状態で確認される。米国では、補修部品のみならず車体本体も含めて全て自己認証により基準への適合が求められる。ＥＵには公的な認証制度があり、補修部品についい

関する 600 以上の技術委員会を設けており、現在制定されている規格は 7,100 を超えている。

16 型式認証制度の枠組みは 70/156/ECC、92/53/EEC、93/81/EEC、98/14/EEC の 4 指令で定められ（Frame Directive と呼ばれる）、個別の装置･部品については別途 EU 指令が定められている。

17 英国では、型式認証機関およびテクニカル･サービス機関は環境･交通･地域省（DETR）の執行機関である自動車認証局（VCA）。ドイツでは型式認証機関は連邦自動車局（KBA）で、テクニカル・サービス機関は民間の検査機関である技術検査協会（TÜV）とドイツ自動車検査協会（DEKRA）。フランスでは、型式認証機関は運輸省で、自動車･二輪車技術連合（UTAC）がテクニカル・サービス機関としてテスト･検査を行い、工業･研究･環境地方総局（DRIRE）が運輸省の決定を受け EC 型式認証を交付。

18 ディスクブレーキパッド（71/320/EEC）、マフラー（70/157/EEC）、タイヤ（92/23/EEC）、ワイパーブレード（94/68/EEC）。EC 型式認証は装置を対象としているが、その構成要素の部品にも適用される。例えば、補修用ディスクブレーキパッドを製造する部品メーカーは、ブレーキに関する EC 型式認証を取得しなければならない。申請に際し、試験を行うのに十分なサンプル、部品を取り付けるブレーキ・車両等を合わせて提出しなければならない。

19 92/53/EEC 第 9 条。 ECE の協定規則のうち、EU の相互承認の対象外のものに関しては、同協定規則に基づく型式認証取得は義務付けられていない。

20 ①型式への適合性試験のための手続きを確立する、②品質試験のための設備を整備する、③試験結果を記録する、④文書による試験結果を保管する、⑤試験結果を分析し、製品特徴が一定であることを確認する、等。

21 92/53/EEC

22 EN29002 や ISO9001/2 等。

23 ブレーキシステムの圧力検査方法（ISO3583-1984、BS AU163a）、油圧ブレーキ用油の表示方法（ISO9128-1987）、ブレーキライニングの剪断強度検査（ISO6312-1981、BS AU180-2）、圧縮性検査（ISO6310-1981）等。

ても技術基準への適合が求められ、EC 型式認証を取得することが義務付けられている。なお、米国･ＥＵでは、一部の補修部品に関しては、技術基準への適合を示すマークを表示することが義務付けられている。一方、日本では装置型式指定を受けた装置については、“自マーク”を、国連欧州経済委員会の相互認証対象装置については“Ｅマーク”を添付することができる。

日本では、整備事業者等の補修部品の取扱業者は、品質の判断材料となる基準等が少ないこともあり、製品の安全確保のため、企業や製品のブランドを信用して選択する傾向がある。そのため、新規参入するメーカーや輸入商社等は、ブランドを確立するため、収益に見合わないコストと時間を費やしており、それが負担になるとの指摘がある。

２．自動車の整備に関する規制

２－１．自動車の検査・点検制度

日本では、従来は車検時に点検整備を併せて実施することが求められていたこともあり、自動車の使用者は車の保守管理について意識することなく、２年毎に「車両法」で定められた点検整備をしてきた。95年の規制緩和により、車検時に点検整備を行う必要はなくなり、使用者の選択の幅は広がったが、実質的には整備が先送りされるのみで、車検時に交換されていた補修部品の需要が減少したといわれている。

＜規制緩和により縮小した日本の補修部品市場＞

日本では、自動車を保安基準に適合させる義務は自動車の使用者にあるとされ、保安基準への適合を維持するために“点検整備”を実施し、保安基準への適合を確認する“検査”を受けなければならない[24]。点検整備には日常点検整備[25]と定期点検整備[26]があり、自動車の使用者は定められた時期に点検整備を実施することが義務付けられているが、実施しなかった場合の罰則規定はない[27]。なお、95 年７月の「改正道路運送車両法」（以下、「改正車両法」という。）の施行により、日常点検整備、定期点検整備とも、点検項目数等が削減された[28]。

検査には、新規検査、継続検査（車検）、臨時検査、構造等変更検査、予備検査の 5 種類があり、

---

[24] 「車両法」第 47 条、第 58 条

[25] 日常点検整備は、使用者自らが運行時の状態等から適切な時期に目視等により点検・整備することとされている（「車両法」第 47 条の 2）。具体的な点検基準は「自動車点検基準」（51 年 8 月 10 日国土交通省令第 70 号）に定められ、自家用乗用車については、ブレーキ、タイヤなど 16 項目が定められている（第 1 条）。

[26] 定期点検整備は、自動車の種別･用途別に点検時期と点検項目数が定められており、自家用乗用車に関しては 12 ヵ月と 24 ヵ月毎に、それぞれ 26 項目、60 項目の点検が義務付けられている（「車両法」第 48 条、「自動車点検基準」第 2 条）。

[27] ただし、地方運輸局長は定期点検整備を実施していない自動車の使用者に対し、整備をすべきことを勧告できる。また、保安基準不適合車については、必要とされる整備の実施を命ずることが出来る（「車両法」第 54 条）。

[28] 日常点検整備については、従来、自動車全般を対象に、自動車を運行する者は 21 項目からなる「運行前点検基準」に基づく運行前点検が義務付けられていたが、点検基準項目は自動車の種別・用途別に定められ、自家用乗用車に関しては 16 項目に削減された。定期点検整備については、自家用乗用車では 6 カ月、12 カ月、24 カ月毎の定期点検が義務付けられていたが、6 カ月点検の義務付けが廃止され、12 ヵ月点検の点検項目が 60 から 26 項目に、24 カ月点検の点検項目が 102 から 56 項目に削減された。

検査項目や実施方法等は検査の種別ごとに定められる[29]。検査の結果、保安基準への適合が認められると自動車検査証が交付され、道路を走行することが出来る。自動車検査証の有効期間は、自家用乗用車の場合、初めての車検までは３年で、それ以降は２年毎に車検を受けなければならない[30]。車検では、自動車使用者が保安基準に適合するよう点検整備をする義務を履行しているかどうかを確認するとともに、検査時点における当該自動車の保安基準の適合性について確認している[31]。従来、車検前に定期点検整備を実施することが指導されていたが、95 年 7 月の「改正車両法」施行により、定期点検整備の実施時期は検査の前後を問われなくなり[32]、自動車の使用者は車検後に定期点検整備を実施することが可能になった。また、従来、車検や定期点検整備時の作業内容は、整備事業者が主体的に決定することが多いといわれてきたが、使用者が整備事業者の情報提供をもとに自主的に決定することが推奨されるようになった[33]。車検の受検方法としては、整備事業者に依頼する方法[34]と、使用者自らが国の検査場に自動車を持ち込む方法[35]がある。日本の使用者は、概して自動車の保守管理に対する意識が低く[36]、定期点検整備の重要性や補修部品の適切な交換時期について、十分認識していないことが多いといわれる。このため、定期点検整備を実施せずに車検を受検したり、整備事業者の提案にもかかわらず整備を実施しないケースが増え、従来、車検時に行われていた部品交換が先延ばしされ、補修部品需要は減少することとなった。
【規制緩和の影響と補修部品の需要については、関連資料７－２．参照】

米国では、連邦レベルでの車検[37]に関する規定はないが、NHTSA は定期的な車検の実施を推奨しており[38]、一般に交通量の多い州を中心に、一部の州政府が車検の実施を義務付けている[39]。また、環境保護局は「大気浄化法」に基づき、64 都市に登録されている乗用車に対し、排気ガスに関する定期的な検査・保守プログラム（I/M）の実施を義務付けている。しかし、I/M はオゾンと一酸化炭素の濃度が高い都市にのみ規定されており、多くの州や都市では義務付けられていない。

---

29 「車両法」第 58 条の 2、第 59 条、第 62 条、第 63 条、第 67 条、第 71 条。

30 「車両法」第 61 条、第 62 条

31 使用者は、点検整備を実施したときには点検整備記録簿に、点検または整備をしたことを記載しなければならない（「車両法」第 49 条）。また、国土交通大臣は、当該自動車に係る点検および整備に関する記録の提示を求めることが出来る（同 第 62 条第 3 項）。

32 「道路運送車両法の一部を改正する法律等の施行について」95 年 3 月 27 日 自技第 44 号、自整第 60 号

33 「自動車の整備料金、整備内容の適正化について」（93 年 7 月 19 日 自整第 172 号の 2）、「指定自動車整備事業における「ニューサービス（情報提供によるユーザー選択型指定整備）」の導入の促進について」（96 年 11 月 8 日自整 203 号、98 年 11 月 19 日改正自技第 230 号の 3、自整第 175 号の 3）

34 指定整備事業者は定期点検整備を実施した上で、検査を実施することが義務付けられている（「車両法」第 94 条の 5）。また、認証整備事業者には、法的な義務づけはないが、定期点検整備を推奨しているといわれる。

35 一般に、自動車の使用者が検査場で受検する方法を“ユーザー車検”という。また、代行車検事業者が使用者に代わり受検することもある。いずれの場合も、定期点検整備を実施せずに受検するケースが多いといわれる。

36 公正取引委員会「自動車整備業等に関する実態調査報告書（2000 年 4 月）」によると、規制緩和により自動車の保守管理責任が明確化されたことを約 6 割の消費者が知らないとしている。

37 米国では、車検は“Safety Inspections”、“Motor Vehicle Inspection”、“Regular Checks”等といわれる。

38 NHTSA は車検のガイドラインを示している。

39 2001 年 2 月現在、19 州とコロンビア特別区（ワシントン市）には義務的な車検制度がある。人口の多い米国北東部（マサチューセッツ州、ロードアイランド州、ニューヨーク州、ニュージャージー州、ペンシルバニア州、デラウェア州、バージニア州、コロンビア特別区、ノースカロライナ州等）の大部分が車検を義務付けているが、検査内容は州により異なる。なお、交通量の多いカリフォルニア州は、車検を義務付けていない。

図表2　乗用車に対する車検制度の国際比較

	車検の有無（名称）	車検の実施時期	受検場所	受検施設数
日本	○（継続検査）	2年毎（初回3年）	陸運支局、 指定整備事業者	91 26,666③
米国	△①	州の規定により異なる		—
英国	○（MOT）	1年毎（初回3年）	MOT テストセンター	約 19,000
ドイツ	○（TÜV 検査）	2年毎（初回3年）	指定技術検査所、 民間整備事業者②	1,500 45,000
フランス	○	2年毎（初回4年以内）	認定車検センター	4,470

（注）①連邦レベルでの車検に関する規定はないが、19 の州政府が車検を義務付けている。
②認定検査機関の検査人が、認定検査機関または整備事業所に出向いて行う。認定検査機関の認定は州政府が行うが、全ての州で認定を取得しているのは 3 機関。
③2000 年 11 月末現在

ＥＵでは、「EU 指令」に基づき、車両所有者が車検を行うことを加盟各国に義務付けている[40]。乗用車に関しては、新規登録の 4 年後以降、2 年毎に車検を受けなければならない。

英国では、「1988 年道路交通法」に基づき、新規登録の 3 年後以降、毎年、車検（MOT[41]）を受けることが義務付けられている[42]。車検は環境･交通･地域省（DETR）に認可された整備事業所（MOT テストセンター）で、自動車検査機関（VI）[43]に認可された MOT 検査整備士が行う。車検に合格すると、DETR から１年間有効の MOT 証明書が発行される。また、「1988 年道路交通法」に基づき、VI や警察官等は、道路走行中の車両のタイヤ、ライト等の検査を随時実施している。このほか、VI はブレーキ、ヘッドランプ、排ガス基準等の点検を有料で行い、自動車メーカー各社も走行距離に応じた定期点検サービスを提供している。

ドイツでは「道路交通許可規定（StVZO)」に基づき、新規登録の 3 年後以降、2 年毎に車検（通称、TÜV 検査[44]）を受けることが義務付けられている[45]。車検は、指定技術検査所、または認定検査機関の検査人が、検査機関または整備事業所に出向いて行う[46]。車検に合格すると、検査を行った検査機関から検査済み証明シールが発行され、車両後部の登録ナンバープレート上に貼り付けられる。このほか、排ガス検査が全ての自動車に義務付けられている[47]。

フランスでは、「道路交通法」に基づき、新規登録の 4 年以内に１回目の車検を受け、その後 2

---

[40] 96/96/EC. 車検は“ roadworthiness tests ”といわれる。本指令では、車種ごとに検査項目を定めているが、加盟各国は指令に義務付けられていない検査項目等を増やすことができる。
[41] 車検は、Ministry of Transport の略称が一般呼称となり、一般的に“ MOT ”といわれる。
[42] パート 2 第 45 条、第 46 条。MOT の検査項目は、「1981 年車両（検査）規則」に定められ、「1986 年道路車両（仕様･使用）規則」に定められた保安基準への適合が検査される。
[43] VI は、DETR に代行して MOT を始めとする自動車の保安に係わる諸検査制度の実施に携わっている。VI には、整備事業所を MOT テストセンターとして認証する際の、装置、構造、検査機器等の諸要件を審査することが義務付けられている。
[44] 正式には、主点検（*hauptuntersuchung*）。従来、この主点検は技術検査協会（TÜV）が独占的に行っていたことから“ TÜV 検査 ”と呼ばれ、独占が崩れた現在でも、この通称が残っている。
[45] 第 29 条及び別冊Ⅷ。TÜV 検査の項目は「StVZO」別冊 VIII の 1.2 および別冊 VIIIa に定められる。
[46] 60 年代までは指定技術検査所（*Technischen Prüfstelle*：TP）で行うこととされ、殆どの州で TÜV が TP として独占して検査を行っていた。70 年代からは認定検査機関（*Amtliche Überwachungsorganisationen*、略称 ÜO）にも検査の権限が開放された。
[47] 「StVZO」 47 条、47 条 a および別冊 XI と XIa

年毎に車検を受けることが義務付けられている[48]。車検は、県に認可された認定車検センターが行い、合格すると車両登録証に捺印され、不合格の場合は 2 ヶ月以内に再検査を受けなければならない。運輸省は自動車･二輪車技術連合（UTAC）を中央技術機関に認可しており、UTAC は各認定車検センターの均一化･サービス向上を図るため、検査官への情報提供や研修等を行っている[49]。また、3.5 トン未満の車両は、車検の翌年に補足的に有害物質排出検査を受けることが義務付けられている。

≪まとめ≫

日本およびＥＵは、検査項目の内容や受検期間等の違いはあるが、自動車の保安上の観点から、車検を義務付けている。米国は、連邦政府は車検を規定していないが、各州に車検の実施を推奨し、一部の州が車検を義務付けている。

日本では、95 年以降、点検整備および検査に関し、一連の規制緩和が推進された。規制緩和により、自動車の使用者の選択肢が拡大し、整備業界の競争が活発化することによって補修部品の需要も拡大するとみられていたが、実質的には定期点検整備の実施の低下等に伴い、整備が先送りされ、補修部品市場が縮小した。今後は、業界等で点検整備を推奨するとともに、自動車の使用者の自己管理責任を促していくことが必要であるとの指摘がある。

２－２．自動車の整備事業にかかわる規制

日本では、自動車整備事業を行うには国土交通省令に定められた基準を満たした上で、地方運輸局長の認証を受けなければならない。認証の基準については 95 年以降、相次いで規制緩和が推進され、自動車整備事業への新規参入が拡大したが、認証基準を満たすには多大なコストがかかると指摘されている。また、整備を実際に提供する整備士は、今後、使用者に補修部品の適切な交換時期を助言するなど、適切な整備サービスを提案していくことが重要であるとの指摘もある。

＜保安上の観点から定められる整備事業に対する規制＞

日本では、自動車の保安上、重要とされる装置の整備は分解整備するものとされ、分解整備事業を経営しようとする者は、自動車分解整備事業の種類および事業場ごとに、地方運輸局長の認証を受けなければならない[50]。分解整備とは、原動機、動力伝達装置、走行装置、操縦装置、制動装置、緩衝装置、連結装置を取り外して行う整備または改造であり[51]、分解整備に該当する部品は、一般に“ 重要保安部品 ”と呼ばれる[52]。分解整備事業の認証を受けた事業場は一般に“ 認証工場 ”

---

48 R.119－1. 車検の項目は、ブレーキ、タイヤ等車両の安全性に関する 585 項目。

49 このほか、車検及び自動車に関する情報を収集･分析し、データベースを構築して、運輸省や DRIRE 等の関連機関に提供し、検査基準・認定車検センターの認可基準の見直し等の支援を行っている。

50 「車両法」第 78 条。認証を受けずに分解整備事業を行うと、30 万円以下の罰金が課せられる（第 109 条)。

51 「車両法施行規則」第 3 条

52 重要保安部品という用語は「車両法」や「車両法施行規則」の中には存在せず、定義やその範囲も明確ではなかった。「道路運送車両法施行規則 第 3 条「分解整備の定義」の解釈について」（96 年８月 20 日 自整第 151 号の 2）により、分解整備に該当する部品が明示された。本調査対象 12 品目に関しては、ディスクブレーキパッド＆ブレーキシュー、クラッチディスク＆カバーが、重要保安部品に該当する。なお、ショックアブソーバ

と呼ばれ、国土交通省令で定められる作業場の面積、構造設備、自動車整備士の配置等の人的要件等の認証基準を満たさなければならない[53]。また、認証を受けた分解整備事業者のうち、国土交通省令により定められる自動車検査設備を有する等の基準を満たす事業者は、申請により地方運輸局長の指定を受け[54]、国の検査場に代わり自動車検査員[55]の検査のもと保安基準適合証を交付することができる[56]。指定を受けた事業場は一般的に"指定工場"と呼ばれ、保安基準適合証を国の検査場に提出すると現車の提示が省略されることから、"民間車検場"とも呼ばれる。なお、95年以降、認証および指定の基準が緩和され、カーショップやガソリンスタンド等の整備事業への参入が増加している。しかし、事業形態によっては認証基準の設備機器の中には利用しないものがある等、認証を受けるためにコストが掛かり[57]、すみやかに事業を開始できないとの指摘がある。

また、日本には、自動車整備技術の向上を図るため、整備事業を行う技術者を対象に自動車整備士の技能検定があり[58]、その配置が整備事業者の認証や指定の基準となっている[59]。自動車整備士は、一定期間の実務経験を有し、学科試験に合格した上で実技試験を受けなければならない。

米国では、自動車の整備を事業として行うにあたり、「修正資源回収保全法[60]」に基づく登録を義務付けられているほか[61]、整備事業に関する連邦レベルでの規制はない。一部の州政府は、州内の整備事業者の基準を設け、登録することを義務付けている[62]。また、連邦レベルでの整備事業に関する基準がないこともあり、多くの民間の非営利団体が、整備事業の水準を高めるため、様々な活動を行っている[63]。自動車整備士に関しては、連邦政府は資格制度等を設けていないが、一部の州政府は、車検や排ガス検査を行う整備士の訓練要件等を定めている。また、全国自動車整備技術協会（ASE）が、自動車整備・修理の質の向上を目的に、2 年の実務経験と学科試験に合格した者を対象に ASE の認証を与えている。ASE の認証は整備業界で高い評価を得ており、ASE

に関しては、重要保安部品に該当するとみなされていたが、同通達では除外されている。

53 「車両法」第 80 条第 1 項第 1 号、「車両法施行規則」第 57 条。なお、97 年 2 月までは、分解整備の対象装置の全ての整備を行うことを前提に認証が与えられていたが、分解整備のいずれかの装置を整備する場合でも、個別に認証が受けられるようになった。特定の装置の認証を受けた事業場は、一般的に"専門認証工場"と呼ばれる。

54 「車両法」第 94 条の 2

55 自動車検査員は、国の検査に相当する検査を専門に行うものとして専任が義務付けられている（「車両法」第 94 条の 4）。

56 「車両法」第 94 条の 5

57 例えば、部品洗浄槽やチェーンブロック等は実際に使うことがなく、不要といわれる。認証基準を満たすには、小型車工場の場合、設備機器に 300 万円程度、その他土地代を除いて 1500 万円程度を要するといわれる。

58 「車両法」第 55 条および「自動車整備士技能検定規則」

59 認証工場においては、１級、２級または３級の自動車整備士が一定数以上従事し、整備主任者は１級または２級自動車整備士でなければならない（事業場が原動機を対象とする分解整備を行う場合は、２級自動車シャシ整備士は対象とならない）。指定工場では、自動車検査員は１級または２級の技能検定に合格していることが要件の一つとなっている（２級自動車シャシ整備士の技能検定のみに合格しているものは対象とならない）。

60 同法は有害廃棄物の発生及び処分を規制したもので、整備工場は有害廃棄物を発生すると考えられることから、環境保護局の ID 番号を取得しなければならない（40 CFR§262）。

61 このほか、整備事業者は、職業安全衛生法（Occupational Safety and Health Act）に基づき、労働者の安全かつ衛生的な労働条件を保証するための一般産業基準を満たさなければならない（29 CFR§1910）。また、ブレーキやクラッチ等の修理を行う際に、アスベスト粉塵にさらされる者に対しては特別の規則がある。

62 自動車整備協会（ASA）によれば、20 州が自動車整備事業者として登録することを義務付けている。また、一部の州は、車検または排ガス検査を行う整備事業者に対してのみ、認可･登録要件を定めている。

63 自動車運転者保証プログラム（Motorist Assurance Program）は、自動車整備事業者を訪問検査し、一定の水準に達している事業所を認証している。

認証整備士を雇う事業所は ASE のロゴを表示することができる。

図表3　整備事業にかかわる規制

	事業者の種類	整備事業の規制	作業内容①	許可基準等③			事業者数
				作業面積	構造設備	人的要件	
日本	分解整備事業者（認証工場）	認証	○	○	○	○	60,311④
	指定整備事業者（民間車検場）	指定	◎	○	○	○	26,666
米国	自動車整備事業者	一部の州で登録	○	州の規定により異なる			119,400
英国	自動車整備事業者	×	○	×	×	×	27,120
	MOT テストセンター	認定	◎	○	○	○	約 19,000
ドイツ	自動車整備事業者	許可②	○②	調査中	調査中	○	45,000
フランス	自動車整備事業者	許可	○	×	×	○	25,850
	認定車検センター	認定	◎	×	○	○	4,470

（注）①作業内容の○は整備事業、◎は整備事業に加えて車検業務を行うことを意味する。
②排ガス検査および安全検査を実施する場合は、別途、州政府に登録する。
③許可基準等の○は要件がある場合、×は要件がない場合を意味する。
④分解整備事業者のうち、指定整備事業者を除いた事業者数

英国では、自動車の整備を事業として行うにあたり、地方自治体より建物構造等に関する一般的な事業開始の許可を得なければならないほか、特有の規制はない。ただし、MOT テストセンターとして車検（MOT）業務を行うには、面積、構造設備、人的要件等の基準[64]を満たし、DETR の認定を受けなければならない。MOT テストセンターの責任者と、実際に MOT 検査を行う整備士は、それぞれ MOT 検査場責任者、MOT 検査整備士として、VI の認証を取得しなければならない。整備士に関しては、NVQ[65]と呼ばれる国家資格があり、VI は NVQ を保有し[66]、VI の実施するトレーニングコースを終了した者を MOT 検査整備士として認定している。

ドイツでは、「手工業令」に基づき、自動車整備技士の職業資格を持ち[67]、さらに 3 年間の実務経験を積んでマイスター試験に合格した者だけが、自動車整備事業の開業資格を得る。車検（TÜV 検査）に関しては、整備事業者は行うことは出来ないが、排ガス検査等に関しては、一定の条件を満たす場合、実施することができる[68]。また、自動車整備技士の職業資格とマイスターの中間に位置する整備士の資格として、自動車サービス技士、板金業の車体製造士、タイヤ再生士の職業資格がある。

フランスでは、自動車の整備事業者は、職業適正証または職業教育免状等の認定資格を保有し、安全と衛生面から使用者に及ぼしうるリスクを評価した上で定められた営業条件を満たす場合に

---

[64] MOT は車両の種類により検査内容が異なるため、車両の種類により、設備機器や構造等の要件は異なる。基本的な要件には、検査用ベイ、検査機器(ブレーキテスト用検査器、前照灯照準検査器等)が含まれる。

[65] National Vocational Qualification.　National Craft Certificate, City and Guilds, Business and Technician Educational Council, Scottish Vocational Education Council, National Vocational Qualifications or Scottish Vocational Qualifications 等の試験団体が提供している各種コースが NVQ として VI に指定されている。

[66] NVQ を保持していない場合は、VI の実施する Nominated Tester Assessment Examination(NTT(A))に合格しなければならない。

[67] 3 年半の職業訓練を受け、職業資格試験に合格した場合、職業資格を得る。98 年 4 月の「手工業令」改正により、自動車整備士と自動車電装整備士の職業資格が一本化され、自動車整備技士となった。

[68] 排ガス検査は、手工業会議所に登録された整備業者で、自動車メーカーやエンジンメーカー、自動車輸入業者などが主催する研修に参加して排ガス検査の知識を備えた者と規定されており、地域の手工業会議所がその資格を付与する（「StVZO」47 条 b）。

開業することができる[69]。このほか、整備事業者は、「保険法」に基づき、自らの賠償責任をカバーする保険への加入が義務付けられている。また、職業適正証を保有する等の一定の条件を満たす者は、検査官として県の認定を受け、認定車検センターとして車検業務を行うことが出来る[70]。認定車検センターは、定められた検査用機器を備えなければならないが、面積等の基準はない。

《まとめ》

日本およびドイツ、フランスでは、自動車整備事業を行うには、保安上の観点から定められた基準を満たした上で、開業の許可を得なければならない。米国では連邦レベルでの規定はないが、一部の州では、整備事業者の基準を定め、事前に登録することを義務付けている。他方、英国では、自動車整備事業に対する規制はないが、車検を行う場合は、保安上の観点から定められた基準を満たす整備事業者に認定が与えられる。また、自動車整備士に関しては、日本およびＥＵでは公的な資格制度が、米国では民間の資格制度がある。自動車整備士が整備を提供することにより、使用者による“素人整備”に一定の歯止めがかかり、誤整備による事故を防止する役割を果たしてきたといわれる。

日本では、95 年以降の規制緩和を受け、カーショップやガソリンスタンド等の整備事業への新規参入が拡大している。自動車の使用者の安全確保と環境保全の観点から、自動車整備事業を行うには最低限の規制は必要といわれるが、整備事業に健全な競争が働くことは、補修部品市場の発展につながる可能性があることから、より新規参入しやすい環境にすべきとの指摘がある。また、規制緩和により自動車整備事業者の業態が多様化し、使用者の選択肢も拡大したことから、今後は、自動車整備士が使用者に補修部品の機能を説明し、適切な交換時期を助言するなど、積極的に最適な整備サービスを提案していくことが補修部品市場の拡大につながるとの指摘もある。

[69] 96 年 7 月 5 日付け法（N°96-603）および 98 年 4 月 2 日付けデクレ（N°98-246）。ただし、事業所の面積、従業員数等は規定されていない。
[70] 91 年 6 月 18 日付けアレテ

詳　　　論

II．流通・商慣行

１．補修部品の市場特性

日本では自動車メーカーは概ね４年に１回は自動車のフルモデルチェンジを行い、これにあわせてエンジン等の主要な装置も変更される。このため日本の補修部品市場は品番数が多く、外国企業が新規参入するためには幅広い品揃えが必要となり開発コストが大きな負担になる。また、自動車の平均走行距離、保有年数が短いこと等から保有台数に比して補修部品の交換需要が少ない。

＜開発コスト負担が大きい日本の補修部品市場＞

日本では自動車の種類・型式が多く、さらに概ね 4 年に一回は自動車のフルモデルチェンジを行い、これにあわせてエンジン等の主要な装置も変更される。日本車がこのような特性を持つのは、国内の新車市場の競争が厳しく、自動車メーカーとしても自動車の使用者のニーズにきめ細かく対応する必要があるからだといわれている。このため、日本の補修部品市場は品番数が多く、外国企業が新規参入するためには幅広い品揃えが必要となり、コスト負担が大きくなる。さらに、日本の自動車の使用者は、欧米諸国と比べて、「乗り心地」など感性的な部分にこだわる傾向が強いといわれており、新規参入メーカーは日本の使用者特性を十分に把握し、日本市場のニーズに合う部品を開発することも求められる。また、日本は欧米諸国に比べて自動車メーカー間での部品の共通化が進んでないといわれている。日本では一部の自動車メーカーが汎用性の高い第二ブランド[71]を投入するなど、共通化の動きは始まったところである。

欧米諸国では、車種体系が日本に比べてシンプルであり、イヤーモデルの形で小さな改良が毎年加えられるのみである。エンジンなどの主要装置は発売当時のものを継承しており、10～20 年前に開発された部品が継続して使われる例も多いという。また、日本の自動車の使用者が要求するような「乗り心地」よりも、「走る、止まる、曲がる」などの基本性能に優れていれば評価される。部品メーカーの開発した品質・性能の優れた部品は、複数の自動車メーカーが採用することも多く、自動車メーカー間で部品の共通化が進んでいる。このため補修部品の品揃えは、日本に比べて容易である[72]といわれる。

＜交換需要が少ない日本の補修部品市場＞

新規参入しようとする補修部品メーカーは交換需要を予測し、多品種の部品を生産することが求められる。新規参入する際に、①車両の保有台数が多い、②平均走行距離が長い、③部品の共通化が進んでいることなどの条件を満たせば、１品番当たりの需要が大きくなるため、生産効率面でのハンディキャップを乗り越えるメリットが出てくるといわれている。しかし、日本は保有

---

[71] 96年以前、自動車メーカーが供給する補修部品は純正部品のみであった。純正部品の品質基準は、世界中で使用されることを前提に開発されたＯＥ部品の基準と同水準であり、日本で使用するには過剰品質ともいわれている。そこで、96年より一部の自動車メーカーは、日本国内で使用される事を条件に開発した第二ブランドを市場投入している。第二ブランドは大幅な品番統合が図られ、低価格化も実現している。

[72] ディスクブレーキパッドを例にとると、米国市場における米国車に適合するためには 390 品番揃えればカバー

台数は比較的多いものの、自家用乗用車の年平均走行距離が他の諸外国と比べて短い。また、一般に車齢が10年を超えると補修部品の交換需要が増えるといわれているが、日本では車齢10年を越える車両は全保有台数の中の13%にしか満たず、交換需要が増える前に廃車されているといわれる。

図表4　補修部品の交換需要関連データ

	乗用車保有台数（万台）①	年平均走行距離（Km）②	車齢10年を超える保有数③	平均車齢(年)④	平均使用年数(年)⑤
日　本	4,206	9,896	13%	5.84	9.96
米　国	18,319	18,870	40%	8.3	n.a
英　国	2,398	15,116	27%	6.2	n.a
ドイツ	4,191	12,600	23%	6.75	12
フランス	2,748	14,100	30%	7.5	n.a

（資料）
日本：①③④⑤自動車検査登録協会「わが国の自動車保有動向（2000 年版）」、②国土交通省監修・自動車会議所「陸運統計要覧（99 年）」
米国：①～③Metropolitan Statistical Area (MSA)、④Polk
英国：①～③英国環境・交通・地域省（DETR）、④同データには年式が 79 年以前の乗用車は含まれていない。
ドイツ：①③Marketing Systems、②International Auto Statistics、④⑤Kraftfahrt-Bundesamt [Federal Automotive Office] (KBA)
フランス：①～③道路交通研究所 Observative National Interministeriel de la Sécurité Routiéré 1999
④フランス自動車工業会（CCFA）

欧米諸国は日本に比べると補修部品市場の規模が大きい。米国では、乗用車の年平均走行距離が日本の約 2 倍であり、車齢が 10 年を超える車両が全保有台数の 40%を占めている[73]。英国、ドイツ、フランスでも車齢 10 年を越えている乗用車の割合は日本と比べて高い。

≪まとめ≫

日本では自動車使用者のニーズに対応するため、４年に１回は自動車のフルモデルチェンジ等を行い、車種・型式が多様化し、補修部品点数は増加してきた。一方、欧米諸国は車種体系が日本に比べてシンプルで部品点数は少なく、自動車メーカー間で部品の共通化が進んでいることもあり、補修部品の品揃えは日本に比べて容易であるといわれている。また、補修部品の市場規模をみると、日本は欧米諸国と比べて小さい。日本では、近年、自動車メーカーが汎用性の高い第二ブランドを市場投入するなど、部品の共通化の動きが始まってきており、今後この動きが加速するものとみられる。部品の共通化が進めば外国企業が新規参入する際、補修部品の品揃えが容易になるとの指摘がある。

できるが、日本市場では 3,000 品番揃える必要がある。

[73] 自動車装備品製造業協会(Motor Equipment Manufacturers Association ：MEMA)によれば、補修部品支出の約 47%は、10 年超の中古車に使われている。

２．流通システムと品番検索

整備工場等が補修部品を購入するにあたり、車両に適合する部品の品番を検索する作業（品番検索）が必要となる。日本では、部品点数の増大に伴い品番検索のコンピュータ化が進んでいるが、ソフトウェア会社間の競争が少ないため、新規参入メーカーの部品情報を登録する選択肢が少ないといわれている。また、新規参入メーカーにとって補修部品を開発、販売するために必要とされるカタログ情報も入手が難しいと指摘されている。

＜整備工場における部品調達＞

日本の整備工場は大半の部品を地域部品商から調達している。地域部品商は部販・共販[74]やディーラーから自動車メーカーブランド品を仕入れ、部品メーカーブランド品は部品商社より仕入れて整備工場に供給している。整備工場は整備後のトラブルや、自動車の使用者からのクレームを心配するため、部品の選定基準は、まず品質を重視し、最終的には品質とマージンを勘案して使用する部品を決めている。整備工場は一部の消耗部品を除き部品在庫を置かず、整備対象の車両情報（車種・年式・その他）と必要な部品名を地域部品商に電話もしくはファックスで伝え、部品の検索作業については地域部品商が行う。地域部品商は部品番号を検索し、自社に在庫があれば出庫し、在庫がなければ部販・共販や部品卸商等から調達して整備工場に届けている[75]。また整備工場の中ではコンピュータシステムが導入されているところもあるが、これは概算見積書の作成に使われるだけで品番検索を行なうことは少ないといわれる。

米国の整備工場は様々なルートから部品を調達している。小規模な整備工場の大半は、ジョバー（地域流通業者）に電話で注文する。整備工場は電子部品カタログ（ＥＰＣ）を導入しておらず、ジョバーに必要な部品を連絡し、ジョバーが部品を配送する。ジョバーに必要な部品在庫が無い場合、整備工場は他のジョバー、部品小売店、ディーラーに電話で注文する。また、ジョバーは自動車メーカーブランド品を扱わないので、必要なときは整備士がディーラー[76]に出向いて購入する場合も多いという。これに対して、大規模な整備工場はコンピュータ端末を複数の大手部品流通業者と結び、必要な部品を検索して自動的に注文している。

英国では、整備工場は大半の部品をモーター・ファクター（地域流通業者）から調達し、一部をディーラーから調達している。整備工場は部品の紙カタログを持っているが、自ら検索は行わず、モーター・ファクターに連絡し、検索してもらった部品を配送してもらう。ドイツ、フランスでは整備業者はディーラーから自動車メーカーブランド品を仕入れ、部品メーカーブランド品を卸売業者から仕入れている。どちらの国でもいくつかの部品メーカーが整備業者のグループ化を図っており、こうしたグループに属する整備工場では、部品メーカールートからの供給が主体となっている。

---

74 自動車メーカー各社が各々のディーラーと共同出資で設立した部品販売会社（通称“部販・共販”という）。
75 車両に組み付けられる部品は車種ごとに異なっているため、補修部品を購入するときは、車両情報（年式・型式・その他）から適合する部品の品番を検索する必要がある。
76 全国自動車販売業者協会（ＮＡＤＡ）によれば 99 年にはディーラーの補修部品売上の 29.8%が整備工場や一般のＤＩＹ顧客への卸売販売であった。

＜望まれる品番情報の流通＞

日本に新規参入しようとする補修部品メーカーにとって、カタログ情報[77]を入手することは非常に重要である。日本でカタログ情報を把握するには自動車メーカーが補修用に供給する部品の品番情報が必要となるがその入手は難しいといわれる[78]。日本の自動車メーカー各社は 80 年代より自動車メーカーブランドの品番情報の開示は行っているが、開示の対象が限定されており[79]、オープンに品番情報を提供するシステム[80]がまだ構築されていない。現状では、部品メーカーの中で自動車メーカーにＯＥ部品を納入している企業は自社製品についてはカタログ情報を持ち、補修部品を販売してきた非自動車メーカーブランドは市場から自動車メーカーブランド品を購入するなどの企業努力によりカタログ情報を蓄積している。しかし、これに対してＯＥ部品の納入実績も少ない、日本の補修部品市場での販売実績も少ない海外部品メーカーは、カタログ情報の入手にコストが掛かるといわれる。

また、地域部品商の部品検索作業のコンピュータ化も進んでいることから、今後日本において補修部品を流通させるためには、このような品番検索システムに情報を掲載することが重要だといわれている。しかし、日本ではまだ品番検索システムのソフトウェア企業間の競争が少ないため、顧客のニーズに合わせたシステムの多様化が進まず、情報を掲載できる選択肢が少ないといわれている。現状では品番検索システムにソフトウェア会社数社が参入しているが、いずれの会社も品番情報の入手に苦労しているといわれており、その点も品番検索システムの多様化が進まない要因となっているとの指摘もある。

米国では、自動車メーカーは自社のカタログ情報を同社が承認するＥＰＣ（エレクトリック・パーツ・カタログ）ベンダーを通じて同社のディーラーにのみ提供している。その他の顧客からカタログ情報提供の要望があった場合は、同社が個別に判断し、自社にメリットがあると判断した場合、ＥＰＣベンダーから提供することを承認している。なお、販売価格はディーラーの専権事項であることから、ここで提供される情報も、カタログ情報から価格情報を削除したものとなっている。一方、部品メーカーブランドのカタログ情報は、品番情報を専門に扱うカタログディストリビューターが作成している。カタログディストリビューターは各社から提供されたカタログ情報を統合させて、部品流通会社等に販売している。このように米国では一定の契約条件の中で自由にカタログ情報の売買が行なわれており、顧客のニーズにマッチした、使いやすいシステムを目指しソフトウェア会社の競争が行なわれている。また、ソフトウェア会社の新規参入も活発である。

---

77 自動車メーカーが提供している「品番情報」は品番に対応する品名（ディスクブレーキパットなど）と価格をリストにしたものである。「カタログ情報」とは、品番情報とその品番がどの車両に適合するかという情報がセットとなっており、カタログ情報となって､初めて実際の業務で活用できる。

78 補修部品市場に新規参入するためには、自社の補修部品がどの車両に対応するかという情報を提供しなければならないが、特に日本のように部品の共通化が進んでいない市場に参入する場合、カタログ情報を入手することは必須となる。

79 日本の自動車部品メーカーは 85 年頃より品番情報を（社）全国自動車部品商団体連合会（全部連）などに提供している。2001 年に全部連は特定メーカーのコンピューターシステムの推奨を取りやめたため、現在品番情報の提供は終了している。今後の品番情報の提供は各自動車メーカーが独自に対応する予定になっている。

80 日本で品番情報が広く流通しなかったのは、その需要者が整備工場から品番検索を委託されている部品商に限られていたからである。95年以降は分解整備市場への新規参入も増加したことから、オープンな品番情報の開示が必要な環境が出現している。

ＥＵでは部品メーカーの独自性が強く、自動車メーカー各社は部品メーカーの開発した部品をそのままＯＥ部品に採用することが多いため、部品メーカーが多くの情報を持っている。また、ＥＵ規制[81]において、自動車メーカーは全ての取引先にその製品の修理やメンテナンスに必要とされる技術情報を提供することが義務付けられている[82]。英国では、部品メーカーが作成するカタログにより品番を検索している。ドイツでは、一部の自動車メーカーが契約店向けと同じサービス技術情報を非契約整備業者に有料公開している。また民間の情報サービス会社が自動車部品データバンクシステム[83]を部品メーカーや整備業者に提供している。フランスは部品メーカーが作成する EPC よる品番検索システムが使われている。

≪まとめ≫

日本では品番検索システムのコンピュータ化が進んでいるが、現在ソフトウェア会社間の競争が少ないため、顧客のニーズに合わせたシステムの多様化が進んでいない。今後、欧米諸国のように補修部品情報がよりオープンな形で開示されれば、各業態のニーズに合わせた様々なシステムが開発されるようになり、ソフトウェアメーカー間の競争も進み、健全で競争のある市場維持に役立つとみられる。外国メーカーを含む補修部品のサプライヤーにとっては自動車メーカーブランドのカタログ情報に入手が容易となる他、自社製品のカタログ情報を多様な業態で使用されるシステムに掲載できるようになる等、これによりビジネスチャンスが拡大すると予想される。

３．補修部品の市場価格

日本では、自動車の使用者は自ら自動車の整備を行うことは少なく、補修部品の適切な交換時期や価格についての知識が不足しているといわれる。95 年に自動車整備に関する規制緩和が行われ、カーショップなどの部品交換メニューが増加したこと等により、徐々にではあるが補修部品への関心は高まっている。しかし、タイヤ等、カーショップなど自分の好みで選ぶ部品以外は、まだ認知度が低いといわれている。また、自動車の使用者の認知度が低い部品はメーカー希望小売価格に近い価格で販売されており、価格競争が起こりにくいと指摘されている。

＜自動車の使用者に充分な選択肢がない補修部品市場＞

日本では、ディーラーは部品の交換に自動車メーカーブランド品(純正部品、第二ブランド)を使用し、メーカー希望小売価格で販売するケースが殆どである。また、整備工場では品質とマージンを勘案し、自動車メーカーブランド品、部品メーカーブランド品、さらに中古部品、リビルト部品の中から使用する部品を決めている。部品の販売価格は自動車メーカーブランド品、部品

[81] 95 年 6 月 28 日付け欧州規制 N°1475/95 第 6 条。自由競争に例外的に適用されている特別措置（自動車業界に認められている排他的/選択的取引）を認めないケース。

[82] ただし、これらの情報が知的所有権により保護されていたり、重要な特定秘密情報であったりする場合には、自動車メーカーは、不当でない範囲内において拒否することが認められる。

[83] MultiCat システム：最も需要が多い 370 車種に対応する部品（OE 部品、自動車メーカーブランド品、部品メーカーブランド品）の検索システム。

メーカーブランド品の希望小売価格をそのまま流用することが多いといわれる。カーショップ等では部品メーカーブランド品の他、需要の多い部品についてはプライベートブランドを販売する事もある。96 年以降、自動車メーカー各社が汎用性が高くかつ低価格の第二ブランドを投入したことを契機に流通段階での競争が激化し、部品メーカーや部品商社、部販・共販の出荷価格は低下傾向にある。一方、整備市場では規制緩和による車検整備料金の低価格化が進行するとともに、市場競争が激化した【規制の影響については、関連資料７－２参照】。こうした中で有力な整備工場は部品のマージン率を上げるため、部品商に一本化していた部品調達ルートを広げ、様々なルート[84]から部品を調達するようになった。また、整備業チェーンなどでは部品の共同購入も推進され、一部の部品メーカー等によるインターネットを利用した部品の直売も始まっている。このように、既存ルート以外での調達が広がり、部品の柔軟な価格設定が可能となってきたことにより、品質が良く、低価格な部品を有する部品メーカーの市場参入の機会がさらに拡大すると期待されている。

整備市場には様々なブランドの部品が流通しているが、日本の平均的な自動車の使用者の部品に対する知識は不足しており、整備工場等でも使用する部品について充分なオプションが使用者に示されていないというのが実態である。このため、自動車の使用者の段階では実質的に競争原理が充分に働いていないといわれる。ジェトロが実施した調査によると、部品により多少の差はあるものの、補修部品の販売価格は部品メーカーブランド品の方が自動車メーカーブランド品よりは概ね安い。自動車メーカーブランド品の価格を 100 とすると 98 年式のディスクパッドの場合は 93.3%、オイルフィルタ＆エンジンオイルで 84.4%であり、自動車の使用者に知られている部品ほど価格差は拡大しており、選択肢が広くなっている【補修用自動車部品価格の国際比較調査についての詳細は、関連資料４を参照】。

今後、整備工場は自動車メーカーブランド、部品メーカーブランド、中古・リビルト部品など多様な補修部品の存在と価格を提示し、自動車の使用者が自由に選択できる取引体系を構築していけば、この分野の市場競争はさらに活発化していくと予想される。

米国では、整備工場は部品価格を自由に設定している。米国では DIY 市場が進展していることから、自動車の使用者の部品価格に対する意識が高いことに加え、利用できる整備工場は数多く存在しているので、競争により同一地区の部品価格に大きな格差はでてこないという。

英国、ドイツ、フランスでは日本と同様にディーラーが自動車メーカーブランド品を自動車メーカーの希望小売価格で販売している例が多いといわれる。フランスでは整備工場は部品価格、マージンともに自由に設定しているが、独立系整備工場ではディーラーが提供する整備サービスに比較して、マージン率は高いという。

---

[84] オイル、ケミカル、バッテリーなどの汎用品は専門業者より低価格で仕入れたり、ブレーキ関係のリビルダーが新品のディスクブレーキパッド、オイルフィルタ、Ｖベルトなどを供給する例も増えてきた。さらに中古・リビルト部品の利用も広がっている。

図表 5　補修部品のマージン率の国際比較

	ディーラー	独立整備工場
日本	34%	22%
米国	n.a	15～30%
英国	30～40%	15～25%
ドイツ	n.a	n.a
フランス	n.a	n.a

（出所）
日本：国土交通省「自動車分解整備実態調査報告書」より作成。１事業場あたりの部品マージン率。
米国：ヒアリングによる平均値
英国：ヒアリングによる平均値

＜透明化が進む整備料金＞

日本では整備料金の明確化を図るため、整備事業者団体は概算見積書の発行を推進してきた。整備工場が車検入庫に先立ち発行する概算見積書には、工賃と部品価格、代行手数料、税金等の明細が記されている。部品価格については最近では自動車整備業向けのコンピュータシステムが普及し、これらのシステムが提供する部品価格情報をベースに概算見積書が即座に発行できるようになっている。また、工賃についても日本自動車整備振興会連合会（日整連）の作業点数表がプログラムされており、各事業所のレバーレート[85]をインプットすれば自動的に工賃が計算される。これにより自動車の使用者は事前に整備料金をチェックできるようになっている。また、ディーラーや整備業チェーン、カーショップなどでは車検整備やクイックサービスのメニュー化が進み、チラシ、パンフレット、店頭表示などで価格の明確化が進んでいる。

米国では、多くの州が整備工場に事前に整備見積書を提出することを義務付けている。また、見積書には部品コスト・工賃の内訳を記載し、実際の修理が見積書を大幅に超過する場合は追加作業を行う前に顧客に確認する必要がある。

英国でも、工賃と部品価格を提示しており、交換部品の選択肢が複数ある場合、自動車の使用者に対しどの部品が適切であるか等[86]を説明し、部品を自動車の使用者に選択させる。ドイツでは、整備工場は事前に工賃と部品価格を提示している。フランスでは「消費法[87]」により、他の業種と同様に整備工場での部品価格及び工賃は、自動車の使用者に掲示することが義務付けられている。一般に部品価格と工賃を個別に提示しているところは少なく、部品、点検、整備を一括した料金が提示されることが多い。

＜部品価格の認知度が低い自動車の使用者＞

日本の自動車の使用者は自ら自動車の整備を行うことが少ないことから補修部品の価格に対する関心が低いといわれる。ジェトロが実施した自動車の使用者アンケートによると、自動車の使用者はカーショップで売られている品目については市場価格を把握しているが、主に整備工場で

[85] 時間あたり工賃で通常、工場毎に設定される。
[86] 例えば自動車メーカーブランドを使用するか、もしくは部品メーカーブランドを使用するかという選択。
[87] *Code de la consommation*

交換されるディスクブレーキパッド、Ｖベルト、クラッチディスクなどの価格は認知度が低い。また、整備の時に使用する部品の選択は自動車メーカーブランド品、部品メーカーブランド品などの品質、価格の違いを聞いて選びたいとの回答が約８割、性能が同じなら価格の安い部品メーカーブランド品を選びたいとの回答が約６割を占めており、品質が良く価格競争力のある補修部品であれば自動車使用者は歓迎しているとみられる。今後知りたい部品情報としては部品の価格と交換基準との回答が７割に達しており、補修部品の交換は整備業者に依頼するにしても、交換時期とコストについて「自己管理」したいという意欲がうかがえる【日本の自動車使用者の意識調査についての詳細は、関連資料５を参照】。

米国では、DIY市場[88]が進んでおり、一般に整備業者に依頼することは好まないといわれる。また、DIYが進展していることから、自動車の使用者が部品を自ら購入するため価格に対する意識は日本に比べて高いといわれている。

ＥＵでは、自動車の使用者の整備に対する意識は DIY が発展した米国ほどは高くないといわれている。英国やドイツでは、自動車の修理・整備サービスについてはディーラーを利用する自動車の使用者が多い傾向にある。フランスでは整備工場においては純正部品のマークにこだわるブランド指向が強い整備士が多い一方で、自動車の使用者はカーショップ等、ディーラー以外を利用する人の割合は増えている。

≪まとめ≫

日本では、整備料金の透明化が進み、車検・整備等の価格競争は激化しているものの、自動車の使用者の認知度が低い部品については価格競争が起こりにくいと言われる。ドイツや英国でも法的義務付けはないが、価格の提示が行われている。一方、米国の多くの州やフランスでは、整備工場は事前に自動車使用者に部品価格および工賃を提示することが義務付けられている。

日本の整備事業者が部品の品質、価格などの違いを説明して自動車使用者の選択肢を広げ、コスト意識を高めるような情報提供を行えば、整備の時に使用する部品も使用者が整備の依頼先を選択するための重要な要件となり補修部品の市場構造は大きく変わる可能性があるといわれる。

[88] do -it -yourself。自動車の使用者が自ら部品の交換、整備等を行う事。

Ⅰ．公的規制

１．補修用自動車部品の製造（輸入）に関する規制

Ａ．日本

＜制度の概要＞

日本では自動車の安全確保と公害防止を図るため、「道路運送車両法」（以下、「車両法」という。）に基づく“保安基準”を満たす自動車でなければ、公道を走行することはできない（第 40 条、第 41 条、第 42 条）。保安基準は、自動車が保安上必要とする最低限度の車両構造および装置、乗車定員、最大積載量等を定めた技術基準であり、「国土交通省令[89]」により定められる。保安基準への適合は、自動車を新たに使用する場合は新規検査、使用過程車については継続検査（以下、車検という。）、改造などを実施した場合は構造等変更検査等の検査[90]で確認される。

新型車については、自動車メーカー等の申請により、国土交通大臣は、自動車の構造、装置および性能が保安基準に適合し、かつ均一性を有している場合、その型式について指定する（「車両法」第 75 条）。型式指定を受けた自動車は、販売前の検査である新規検査において現車の提示が省略されるなど、審査業務が簡略化される（第 59 条第 4 項）。また、あらかじめ国土交通大臣の指定を取得した装置に関しては、自動車型式指定の際の保安基準適合性に関する審査業務が簡略化される（第 75 条第 3 項、第 75 条の 2）。2001 年６月時点、37 装置が型式指定対象装置となっており、うち 29 装置が国連欧州経済委員会の「車両等の型式認定相互承認協定（略称）」に基づく相互承認の対象となっている[91]。装置型式指定を受けた装置については“自マーク”を、相互承認対象装置については“Ｅマーク”を添付することができる。マークの取得を希望する者は、指定を受ける装置について、その構造や性能等を記した書面や工場等の品質管理の実施要領等の必要書類と申請手数料を添えて国土交通省に申請し、試験用サンプルを独立行政法人交通安全環境研究所に提出する。サンプルの試験と書類審査に合格すると、国土交通大臣より型式指定通知書が交付され、マークを添付することができる。

一方、使用過程車の保安基準への適合は、自動車の使用者の義務とされており（第 47 条）、補修部品の保安基準への適合は、車検および定期点検整備等において自動車に装着した状態で確認されるため、補修用自動車部品（以下、補修部品という。）単体での検査等は行われない。

自動車部品に関する規格として、工業標準化の観点から制定された日本工業規格（JIS[93]）、民間団体規格の自動車技術会（JASO[94]）規格がある。JIS はその原案が業界の総意をもって作成されるため、最大公約数的な規格、すなわち、必要最小限の標準規格と位置付けられる。JIS への適合は部品メーカー等の任意であるが、一部の JIS 適合品に関しては JIS への適合を表す“JIS マー

---

[89] 「道路運送車両の保安基準」51 年 7 月 28 日 国土交通省令第 67 号。装置については 70 項目が規定されている。

[90] 新規検査、継続検査、臨時検査、構造等変更検査、予備検査がある（「車両法」第 59 条、第 62 条、第 63 条、第 67 条、第 71 条）。

[91] 日本は国際基準調和、相互承認を推進するため、98 年 11 月、「車両並びに車両への取付け又は車両における使用が可能な装置及び部品に係る統一的な技術上の要件の採択ならびにこれらの要件に基づいて行われる認定の相互承認のための条件に関する協定（略称「車両等の型式認定相互承認協定」））に加入した。これは 58 年に締結された国連欧州経済委員会（ECE）の多国間協定で、自動車の装置毎に 112 の協定規則（基準）が制定されており、2001 年 6 月時点、37 カ国･1 地域が同協定に加入している。日本は 2001 年６月時点、17 規則を採択、29 装置が相互承認の対象となっている。なお、交換用を対象としたマフラー、ブレーキライニング、触媒に関する協定規則は採択していない。

[92] Original Equipment

[93] Japan Industrial Standards. 2001 年 3 月時点、9017 件の JIS が制定されており、うち自動車に関しては 340 件。

[94] Japanese Automobile Standard Organization.　自動車に関連する技術および材料、部品および装置について標準化を確立することを目的に設立された。2001 年 5 月時点、380 件の規格を制定している。また、国際標準化活動として、ISO／TC22（自動車）および TC204（車両交通情報制御システム）に、投票権を有する P メンバーとして参加している。

ク”を添付することができる[95]。JIS マークは、指定認定機関等による JIS への適合性と品質管理体制等の審査に合格した場合、部品メーカー等が自己責任で製品に添付する。本調査対象 12 品目に関しては、バッテリー[96]が JIS マーク表示の対象となっている[97]。JASO 規格は自動車に関連する材料、技術、部品、装置等を定めた民間団体規格だが、JIS の原案作成への協力や新たな規格制定の提案等を通じて、JIS を補完する役割を果たしている。JASO 規格と同内容の JIS が制定された場合は、当該 JASO 規格は廃止される。JASO によるマーク表示制度等はなく、JASO 規格への適合はあくまでも任意である。なお、本調査対象 12 品目に関しては、JIS はマフラー、ショックアブソーバ、バルブ、V ベルト、クラッチディスク＆カバーを除く 7 品目、JASO 規格はスパークプラグ、ワイパーブレードを除く 10 品目に関し、規格が制定されている。また、自動車および同部品メーカーの多くは、独自に社内規格を策定している。

＜制度の影響＞

日本では、補修部品の製造（輸入）にあたり、部品メーカー等は事前に保安基準への適合を証明することが求められない。そのため、流通業者や整備事業者等の補修部品の取扱業者は、製品の安全確保のため、部品メーカーの技術力やブランドを重視して商品を選定する傾向があるといわれる。取扱実績のないメーカーの補修部品を使用するにあたっては、取扱業者はその品質の確認に労力を費やしているが、JIS 等の規格に適合しているか否かはさほど重要視していないといわれる。そのため、補修部品市場に新規参入しようとする部品メーカーや輸入商社等は、企業や製品のブランドを確立するため、収益に見合わないコストと時間を費やしており、負担になると指摘されている。他方、販売力を有する部品卸売商が取り扱えば、最低限の安全と機能を担保しているとみなされ、部品メーカー等が自ら宣伝などを通じてブランドイメージを確立しなくても、日本市場に受け入れられることもあるといわれる。

なお、JIS や JASO 規格に関しては、これらが自動車および同部品メーカーの社内規格の設計基準や品質基準に使われることもあるが、概して参考にする程度といわれる。一般的に、社内規格は JIS や JASO 規格より厳しい基準といわれ、部品メーカーが自動車メーカーと取引するには、納入先の社内規格を満たすことが前提条件になるといわれる。

B．海外

米国は安全確保の観点から「全国交通・自動車安全法[98]」に基づき、運輸省道路交通安全局（NHTSA[99]）が連邦自動車安全基準（FMVSS[100]）を定めており、米国で製造（輸入）される自動車および同部品については、OE 部品、補修部品を問わず、FMVSS を満たすものでなければならない。FMVSS は個別に定められた 53 の技術基準から成り、基準によっては装置および部品に FMVSS への適合を表示することが義務付けられる[101]。NHTSA は、FMVSS の各基準毎に装置および部品の試験方法等を規定しており[102]、メーカーは販売前に FMVSS への適合を確認する（自己認証）。NHTSA は、販売前に FMVSS への適合を確認するための検査等は行わないが、市販後のサンプリング調査等を通じ、FMVSS への不適合が見つかった場合には、厳しい罰則規定を設

---

95 JIS マーク表示制度が適用される品目は、既に制定された JIS の中から、主務大臣が指定して、官報に告示する。JIS マーク表示認定の申請手数料は、28 万 6,300 円である。

96 始動用鉛蓄電池（JIS D 5301）。バッテリーの大多数が JIS 適合品といわれるが、JIS マークの表示率は７%程度といわれる。かつては国内のバッテリー・メーカーの全てが、JIS マーク表示の認定を取得していたが、最近では認定の取消を申請しているといわれる。現在、JIS マーク表示の認定を受けているのは、外国メーカーのみといわれる。

97 JIS マークの対象品目ではないが、日本で発売される国産ノーマルタイヤの 80%が JIS（D4230）に適合しているといわれる。また、補修用アルミホイールには技術基準が定められ、JWL マークを表示することが義務付けられている（「道路運送車両の保安基準に係る技術基準の制定について」自車第 899 号）。

98 National Traffic and Motor Vehicle Safety Act of 1966

99 National Highway Traffic Safety Administration

100 Federal Motor Vehicle Safety Standards

101 例えば、タイヤは、製品に DOT（Department of Transportation）マークを付すことが義務付けられている。

102 49Code of Federal Regulation（CFR）§567

けている[103]。また、自己認証であることから、国連欧州経済委員会の「車両等の型式認定相互承認協定」にはオブザーバーとして参加するに留まり、基準調和だけを目的とし、相互承認を含まない「車両等の世界技術規則協定[104]」の必要性を提唱している。

規格としては自動車技術者協会（SAE）[105]が規格推奨案を作成する SAE 規格がある。本調査対象の 12 品目に関しては、マフラー、ショックアブソーバ、バルブを除き、SAE 規格が制定されている。SAE によるマーク表示制度等はないが、SAE 規格は FMVSS の推奨基準として採用されている[106]。

ＥＵでは、域内で製造（輸入）される自動車･同部品は、安全確保の観点から OE 部品、補修用部品を問わず、「EU 指令[107]」に基づく基準を満たすことを証明する EC 型式認証（EC approval）を取得することが義務付けられている。EU 加盟各国は、基準への適合を試験するテクニカル･サービス機関と、EC 型式認証を与える認証機関を設けなければならず、1 国で与えられた EC 型式認証は域内各国で有効となり自由流通が可能となる。EC 型式認証は個別の「EU 指令」により定められた 54 の技術基準毎に取得が義務付けられ、基準によっては装置および部品に EC 型式認証を取得したことを示す EC 型式認証マーク[108]（通称、“ e マーク ”）を表示しなければならない[109]。補修部品のうち、ディスクブレーキパッド、マフラー、タイヤ、ワイパーブレードに関しては、EC 型式認証の取得が義務付けられている[110]。EC 型式認証は基本的には装置を対象としているが、その構成要素の部品にも適用される。例えば、補修用ディスクブレーキパッドを製造する部品メーカーは、ブレーキに関する EC 型式認証を取得しなければならず、申請に際し、試験を行うのに十分なサンプル、部品を取り付けるブレーキ・車両等を合わせて提出することが求められる。また、EU は国連欧州経済委員会の「車両等の型式認定相互承認協定」の 109 の協定規則のうち 78 規則を相互承認しており、同協定に基づく型式認証は EC 型式認証と同等とみなされる（92/53/EEC 第 9 条）[111]。なお、同協定に基づく型式認証には、国番号を列記した “ E マーク ” が付与される。

さらに、部品メーカー等は、EC 型式認証取得後も、①型式への適合性試験のための手続きを確立する、②品質試験のための設備を整備する、③試験結果を記録する、④文書による試験結果を保管する、⑤試験結果を分析し、製品特徴が一定であることを確認する等の適切な品質管理体制を維持することが義務付けられている（92/53/EEC）。品質管理体制維持の要件として、品質管理に関する ISO 等の規格[112]を遵守するか、または同水準の品質管理体制を持つことが規定されている。

---

[103] 49CFR§578. 個々の FMVSS への不適合は 1,000 ドル以下（一連の不適合の場合、合わせて 80,000 ドル以下）の罰金が課せられる。

[104] 正式には「車両並びに車両への取付け又は車両における使用が可能な装置及び部品に係る世界技術規則の作成に関する協定」という。2000 年 9 月現在でカナダ、米国、EU、日本、英国、フランス、ドイツ、ロシアが協定に加入している。

[105] Society of Automotive Engineers. SAE は 1906 年に設立され、全世界のエンジニア会員 80,000 人で組織する技術者団体である。SAE 自体は規格を制定しないが、推奨案を作成し、これをアメリカ規格協会（ANSI）が SAE 規格として承認する。SAE は、車両技術に関する 600 以上の技術委員会を設けており、現在制定されている規格は 7,100 を超えている。

[106] ワイパーおよび洗浄システム（FMVSS の基準番号 104）、油圧ブレーキおよびブレーキシステム（同 105）、ランプ･反射装置･および関連装備（同 108）等において SAE 規格が引用されており、当該 SAE 規格を満たす場合は、FMVSS に適合するとみなされる。

[107] 型式認証制度の枠組みは 70/156/ECC、92/53/EEC、93/81/EEC、98/14/EEC の 4 指令で定められ（Frame Directive と呼ばれる）、個別の装置･部品については別途 EU 指令が定められている。

[108] type-approval mark

[109] タイヤ、ガラス、シートベルト、ライト等

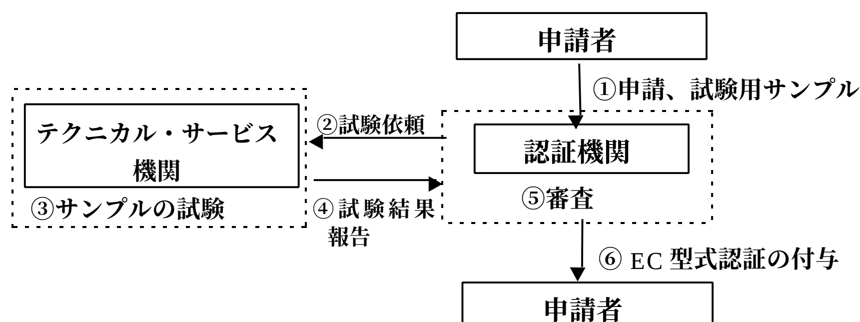
[110] ディスクブレーキパッド（71/320/EEC）、マフラー（70/157/EEC）、タイヤ（92/23/EEC）、ワイパーブレード（94/68/EEC）。

[111]「車両等の型式認定相互承認協定」のうち、EU の相互承認の対象外のものに関しては、同協定に基づく型式認証取得は義務付けられていない。

[112] ISO9001/2 や、EN2900 シリーズ、EN45000 シリーズなど。

規格に関しては、欧州規格（EN）があり、EC 型式認証の推奨基準として採用されている[113]。

図表 6：ＥＣ型式認証取得手続き



英国では、「EU 指令」に基づき「1998 年道路交通法[114]」および「1986 年車両認証規則[115]」を制定し、自動車、装置の保安基準を定めている。型式認証機関およびテクニカル･サービス機関は、環境・交通・地域省（DETR[116]）の執行機関である自動車認証局（VCA[117]）で、VCA の製品認証部は「EU 指令」および「車両等の型式認定相互承認協定」に基づく試験と審査を行い、国際的に認められている型式認証を発行している。試験と審査は VCA のエンジニアにより、世界中どの地域でも申請者の施設で実施可能である。「車両等の型式認定相互承認協定」に関しては、EU とは別に単独で協定を結んでおり、101 規則が相互承認されている。

規格に関しては、英国規格協会[118]が制定する英国規格（BS[119]）がある。本調査対象 12 品目に関しては、ワイパーブレードを除く 11 品目に関し BS が制定されているが、マーク表示制度等はない。

ドイツでは、「EU 指令」に基づき「道路交通許可規定（StVZO）[120]」を定め、稼動許可を取得し、かつ自動車登録所からナンバープレートを与えられたものだけが道路を走行できる。型式認証機関は連邦自動車局（KBA[121]）で、民間の試験機関である技術検査協会（TÜV[122]）とドイツ自動車検査協会（DEKRA[123]）をテクニカル・サービス機関として指定している。KBA は、TÜV と DEKRA の公認鑑定士により発行された技術試験鑑定書をもとに、EC 型式認証を発行している。「車両等の型式認定相互承認協定」に関しては、EU とは別に単独で協定を結んでおり、100 規則が相互承認されている。また、EC 型式認証の対象以外の装置については、部品一般稼動許可、部品一般構造認証を取得しなければならない（「StVZO」第 22 条、第 22 条 a）。部品一般構造認証の対象部品に関しては、構造認証を取得した上で「車両部品令[124]」に基づくマークと検査番号を付与することが義務付けられている。部品一般稼動許可と部品一般構造認証の基準は、EC 型式認証と同等とみなされるため、実質的には「EU 指令」と同じ基準となっている。

---

113 ブレーキシステムの圧力検査方法（ISO3583-1984、BS AU163a）、油圧ブレーキ用油の表示方法（ISO9128-1987）、ブレーキライニングの剪断強度検査（ISO6312-1981、BS AU180-2）、圧縮性検査（ISO6310-1981）等。

114 Road Traffic Act 1988 Part2, “Construction and Use of Vehicles and Equipment”

115 The Road Vehicles (Construction and Use) Regulations 1986. なお、The Road Traffic Act 1988 は 72 年のものを再制定したものであり、The Road Vehicles (Construction and Use) Regulations 1986 は施行当時、72 年の The Road Traffic Act に基づき制定された。その後、66 回の改正が行われている。

116 Department of Environment, Transport and Regions

117 The Vehicle Certification Agency

118 British Standards Institution

119 British Standards

120 *Straßenverkehrs-Zulassungs-Ordnung*

121 *Kraftfahrt-Bundesamt*

122 *Technische Überwachungs-Verein*

123 *Deutsche Kraftfahrzeugüberwachungsverein*

124 *Fahrzeugteile-Verordnung*

規格に関しては、EC 型式認証の対象外の部品に関し、ドイツ規格協会（DIN[125]）が制定するDIN 規格ある。DIN 規格への適合は任意であり、マーク表示制度等はない。

フランスでは、「EU 指令」に基づき「道路交通法[126]」を定め、自動車、装置の保安基準を定めている（L8-A 条）。型式認証機関は運輸省[127]で、テクニカル・サービス機関として運輸省の認定を受けた自動車･二輪車技術連合（UTAC[128]）が試験と審査を行い、工業･研究･環境地方総局（DRIRE[129]）が運輸省の決定を受け、EC 型式認証を交付している。また、「車両等の型式認定相互承認協定」に関しては、EU とは別に単独で協定を結んでおり、102 規則が相互承認されている。

規格に関しては、フランス規格協会[130]が制定する 729 の自動車部品のフランス規格（NF[131]）があり、EC 型式認証の申請時の参考資料として活用されている。

２．自動車の整備に関する規制

２－１．自動車の検査・点検制度

A．日本

＜制度の概要＞

日本では、自動車を保安基準に適合するように維持する義務は自動車の使用者[132]にあるとされ、保安基準への適合を維持するために“点検整備[133]”を実施し、保安基準への適合を確認する“検査”を受けなければならない（「車両法」第 47 条、第 58 条）。95 年７月の「改正道路運送車両法」（以下、「改正車両法」という。）の施行により、自動車の使用者が、保安基準に適合するよう維持しなければならない義務が規定された。

①点検整備制度

点検整備には日常点検整備と定期点検整備があり、具体的な点検基準は「自動車点検基準」[134]に定められている。日常点検整備は、使用者自らが運行時の状態等から適切な時期に目視等により点検・整備することとされており（「車両法」第 47 条の 2）、自家用乗用車に関しては、ブレーキ、タイヤなど 16 項目が定められている（「自動車点検基準」第 1 条）。定期点検整備は、自動車の種別･用途別に点検時期と点検項目数が定められており、自家用乗用車に関しては 12 ヵ月と 24 ヵ月毎に、それぞれ 26 項目、56 項目の点検が義務付けられている（「自動車点検基準」第 2 条）。自動車の使用者は、点検または整備をしたときは、点検整備記録簿に点検年月日、点検の結果、整備の概要等を記載しなければならない（「車両法」第 49 条）。日常点検整備および定期点検整備の実施は使用者に委ねられているが、点検整備を実施しなかった場合の罰則規定は設けられていない[135]。

---

[125] *Deutsches Institute für Normung*

[126] *Code de la Route*

[127] *Ministère des Transports*

[128] *Union Technique de l'Automobile, du Motocycle et du Cycle*

[129] *Direction Régionale de l'Industrie, de la Recherche et de l'Environnement*

[130] *Association Française de Normalisation*

[131] *Norme Française*

[132] 自動車の使用者とは、正当な使用権限に基づき、実際に継続的に管理し、使用している者を意味する。例えば、リース契約で販売される自動車に関しては、販売者が所有者として登録を行い、自動車を譲り受けた者が使用者となり、点検整備や検査が義務付けられる。

[133] 従来、「車両法」では“整備”という言葉で、いわゆる点検と整備の両方を意味していたが、自動車技術の進歩等により、点検の結果、整備を行わなくてもよいと判断できる場合も多くなったことから、“点検”は「どこを整備するのか」を判断する行為として、整備と並列して扱われるようになった。

[134] 51 年 8 月 10 日国土交通省令 第 70 号

[135] ただし、地方運輸局長は、定期点検整備を実施していない自動車に対し、整備をすべきことを勧告できる。また、自動車が保安基準に適合しなくなるおそれがある状態または適合しない状態にあるときは、当該自動車の

なお、95 年７月の「改正車両法」施行により、点検整備の内容が、標準的な使用状況および車種を前提とした必要最小限のものとされた[136]。日常点検整備については、従来、自動車全般を対象に、自動車を運行する者は 21 項目からなる「運行前点検基準」に基づく運行前点検が義務付けられていたが、点検基準項目は自動車の種別・用途別に定められ、自家用乗用車に関しては 16 項目に削減された[137]。定期点検整備については、自家用乗用車では 6 カ月、12 カ月、24 カ月毎の定期点検が義務付けられていたが、6 カ月定期点検の義務付けが廃止され、12 ヵ月定期点検の点検項目が 60 項目から 26 項目に、24 カ月定期点検の点検項目が 102 項目から 60 項目に[138]削減された。また、定期点検整備の内容が必要最小限のものに見直されたため、走行距離が長い、悪路走行が多い等の場合においては、自動車の使用者は国が定める点検整備を実施するだけでは、必ずしも自動車を保安基準に適合した状態に維持することができない。このため、自動車メーカー等に対し、自動車の使用者が使用状況および車種に応じて点検整備を行うに当たって必要となる技術情報を提供することが努力義務として規定された（第 57 条の 2）。

②検査制度

自動車の検査には、新規検査、継続検査（車検）、臨時検査、構造等変更検査、予備検査の 5 種類があり、検査の項目と実施方法は検査の種別ごとに定められている（「車両法」第 59 条、第 62 条、第 63 条、第 67 条、第 71 条）[139]。検査の結果、保安基準への適合が認められると自動車検査証が交付され、その証明証を持って初めて公道での走行に用いることができる。自動車検査証の有効期間は、自家用乗用車の場合、初めての車検までは３年で、それ以降は２年毎に車検を受けなければならない（第 61 条、第 62 条）。なお、95 年の「改正車両法」の施行により、車齢が 11 年を超える自家用乗用車等については、自動車検査証の有効期間が 1 年から 2 年に延長された。

図表 7：自動車検査証の有効期間

自動車の種類	例	有効期間
1．旅客を運送する自動車運送事業の用に供する自動車	タクシー、バス	1年
2．貨物の運送の用に供する自動車	トラック、ﾀﾝｸﾛｰﾘｰ	
3．国土交通省令で定める自家用自動車（「車両法施行規則」第37条） （1）乗車定員11人以上の自家用自動車 （2）もっぱら幼児の運送を目的とする自家用自動車 （3）道路運送法施行規則第52条の規定により受けた許可に係る自家用自動車	 自家用バス 幼児専用車 レンタカー	
1．自動車検査証の有効期間が１年とされる自動車のうち車両総重量が８トン未満の貨物の運送の用に供する自動車で、初めて自動車検査証の交付を受ける自動車	トラック	2年
2．国土交通省令で定める自家用自動車で、初めて自動車検査証の交付を受ける自動車	レンタカー、自家用乗用車	
3．その他の自動車	消防車、ﾛｰﾄﾞﾛｰﾗ	
自動車検査証の有効期間が２年とされる自家用乗用車のうち、初めて自動車検査証の交付を受ける自動車	自家用乗用車	3年

自動車の使用者は日常点検整備のほか定期点検整備を実施することが義務付けられていることから、車検では、点検整備の実施により保安基準に適合していることが確認され、さらに定期点検整備では確認されない構造や装置について保安基準に適合しているかが審査される。従来、車検前に定期点検整備を実施することが指導されていたが、95 年 7 月の「改正車両法」施行により、

使用者に対し、必要な整備の実施を命ずることが出来る（「車両法」第 54 条）。

136 全車種合計の定期点検項目数は、95 年 7 月に 624 項目から 505 項目に、2000 年 5 月に 505 項目から 385 項目に削減されており、95 年当時に比べ 4 割近く削減されている。

137 ただし、80 キロメートル毎時以上で走行することが可能な道路を走行する予定がない場合は 15 項目。

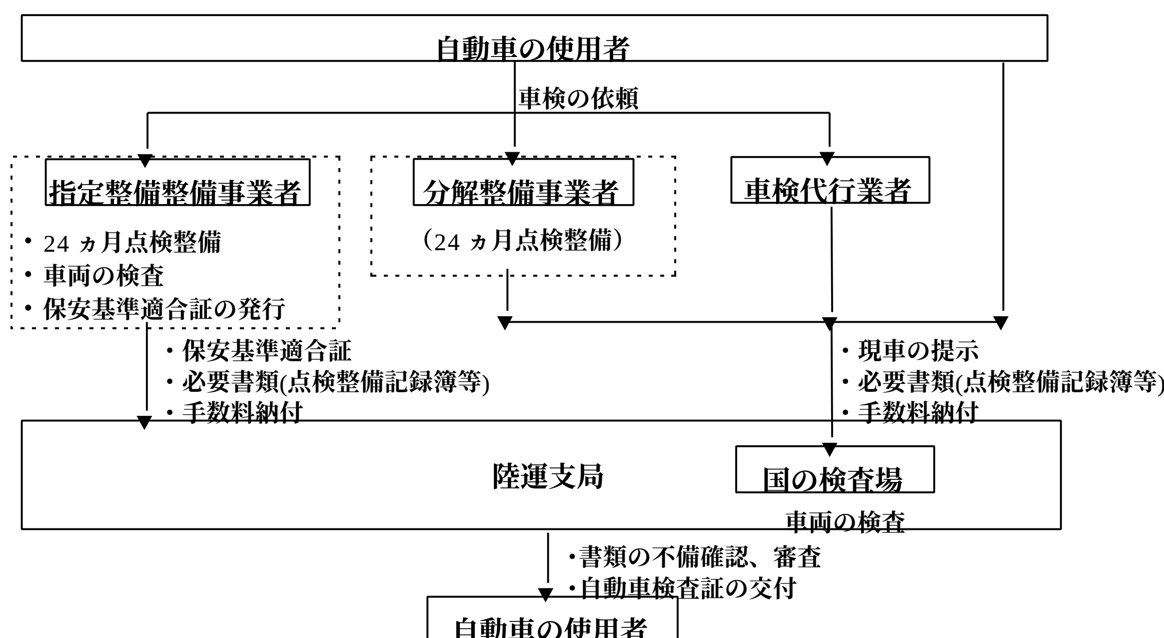
138 2000 年 5 月 1 日からは、さらに 56 項目に削減されている。

139 新規検査は、通常、ディーラーがユーザーに代行して受検している。

定期点検整備の実施時期は車検の前後を問われなくなり[140]、自動車の使用者は車検後に定期点検整備を実施することが可能になった。また、従来、車検や定期点検整備時の作業内容は、整備事業者が主体的に決定することが多いといわれてきたが、使用者が整備事業者の情報提供等をもとに自主的に決定することが推奨されるようになった[141]。

車検の受検方法としては、整備事業者（分解整備事業者または指定整備事業者）に依頼する方法と、使用者自らまたはその代行者（受検代行業者等）が国の検査場に自動車を持ち込む方法（いわゆる“ユーザー車検”）がある。整備事業者に依頼する場合、指定整備事業者は定期点検整備を実施した上で、検査を実施することが義務付けられる（第 94 条の 5)。分解整備事業者は定期点検整備を実施した上で検査場へ持ち込むことが多いといわれるが、ユーザー車検の場合、定期点検整備を実施せずに受検するケースが多いといわれる。

図表 8：日本の車検の受検方法



（注）不合格の場合は、限定自動車検査証が交付される。記載されている不適合箇所を指定整備工場で整備を行い、自動車検査員が検査した自動車は、限定保安基準適合証の提出により、再度、現車の提示が省略される。

＜制度の影響＞

95 年以降の一連の規制緩和は、自動車の使用者の自己管理責任を前提に実施された。しかし、日本の消費者は、概して自動車の保守管理に対する意識が低く、定期点検整備の重要性や補修部品の適切な交換時期について、十分認識していないことが多いといわれる。公正取引委員会の調査によると、規制緩和に伴い、自動車の保守管理責任が明確化されたことを約６割の消費者が知らないとしている[142]。

140「車両法の一部を改正する法律等の施行について」95 年 3 月 27 日 自技第 44 号、自整第 60 号

141 「自動車の整備料金、整備内容の適正化について」（93 年 7 月 19 日 自整第 172 号の 2）、「指定自動車整備事業における「ニューサービス（情報提供によるユーザー選択型指定整備）」の導入の促進について」（96 年 11 月 8 日自整 203 号、98 年 11 月 19 日改正自技第 230 号の 3、自整第 175 号の 3）

142 公正取引委員会「自動車整備業等に関する実態調査報告書（2000 年 4 月）」。また、規制緩和に対しては「制度の周知が十分に行われていない」（43.4%）、「整備不良の自動車が増え安全性が損なわれるおそれがある」（14.0%）、「消費者にとって分かりにくくなった」（6.1%）との指摘がある。

点検整備および検査に関する一連の規制緩和により、自動車の使用者の選択肢が拡大し、整備業界の競争が活発化することによって、補修部品の需要も拡大するとみられていた。しかし、実際には、定期点検整備を実施せずに車検を受検したり、整備事業者の提案にもかかわらず整備を実施しないケースが増え、従来、車検時に交換されていた部品交換が先延ばしされ、補修部品需要は減少することとなったといわれる。【規制緩和の影響と補修部品の需要については、関連資料７－２．参照】

自動車の使用者の安全確保と環境保全の観点から、必要最小限の車検は必要といわれるが、業界等で点検整備を推奨するとともに、合わせて使用者の自己管理責任を促していくことが必要であるとの指摘がある。

B．海外

米国では、連邦レベルでの車検[143]に関する規定はないが、NHTSA は各州で定期的な車検の実施を推奨しており、ガイドライン[144]を示している。各州では、一般に交通量の多い州を中心に、車検の実施を義務付けており、2001 年 2 月現在、19 州とコロンビア特別区（ワシントン市）で車検が義務付けられている[145]。また、環境保護局（EPA[146]）は、「大気浄化法[147]」に基づき、米国の 64 都市に登録されている乗用車に対し、排気ガスに関する定期的な検査・保守プログラム（I/M）の実施を義務付けている[148]。しかし、I/M はオゾンと一酸化炭素の濃度が高い都市にのみ規定されており、多くの州や都市では義務付けられていない。

ＥＵでは、「EU 指令」に基づき、車両所有者は、所有車両の最低限の保安基準を常に維持するために、車検（roadworthiness tests）を行うことを加盟各国に義務付けている（96/96/EC 第 1 条）。車検の内容と実施時期は車種毎に定められ、乗用車に関しては、新規登録の 4 年後以降、2 年毎に車検を実施することが規定されている。ただし、加盟各国は、検査対象車両や検査項目の拡大、検査周期の短縮等を通じて、車検の基準を変えることが出来る。

英国では、「1988 年道路交通法[149]」に基づき、新規登録の 3 年後以降[150]、毎年、車検（MOT[151]）を受けることが義務付けられている（パート 2 第 45 条、第 46 条）。MOT の検査項目は、「1981 年車両（検査）規則[152]」に定められ、「1986 年道路車両（仕様･使用）規則[153]」に定められた保安基準への適合が検査される。車検は環境･交通･地域省（DETR[154]）に認可された整備事業所（MOT テストセンター[155]）で、自動車検査機関（VI[156]）に認可された MOT 検査整備士が行う。車検に合

---

143 米国では、車検は“ Safety Inspections ”、“ Motor Vehicle Inspection ”、“ Regular Checks ”等といわれる。

144 Highway Safety Program Guideline No.1, Periodic Motor Vehicle Inspection

145 人口の多い米国北東部の州（マサチューセッツ州、ロードアイランド州、ニューヨーク州、ニュージャージー州、ペンシルバニア州、デラウェア州、バージニア州、コロンビア特別区、ノースカロライナ州等）の大部分が車検を義務付けているが、検査の内容は州により異なる。なお、交通量の多いカリフォルニア州は、車検を義務付けていない。

146 Environmental Protection Agency

147 Clean Air Act（42 USC 7401）

148 83 年に規定された後も、修正条項でより高い排出ガスの削減目標の設定や対象都市の拡大などが行われている。90 年の修正条項で、自動車の排ガスの削減を目的により高い目標値を設定し、対象都市数も拡大した。また、92 年 1 月 5 日には、「I/M 規則」（57CFR§52950）を公布し、州が I/M プログラムに OBD（機載診断）コンピュータの点検を取り入れることを義務付けた。

149 Road Traffic Act 1988

150 60 年に施行された「車両（検査）規則」では、新規登録から 10 年以上の車両が対象であったが、67 年 4 月からは新規登録から 3 年以上となった。

151 車検は、Ministry of Transport の略称が一般呼称となり、一般的に MOT と呼ばれる。

152 Motor Vehicles（Tests）Regulations 1981（S.I. 1981 No.1694）

153 Road Vehicle（Construction and Use）Regulations 1986

154 Department of Enviroment, Transport and Regions

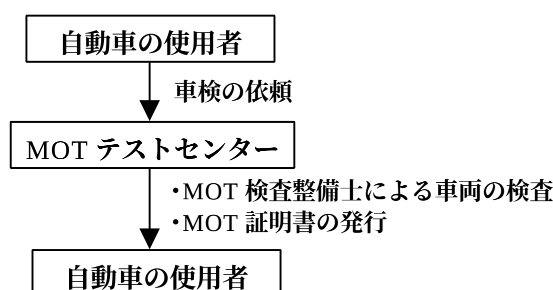
155 MOT センターは全国で約 19,000 あり、Vehicle Inspectorate により管理されている。

156 Vehicle Inspectorate

格すると、DETR から１年間有効の MOT 証明書（MOT Certificate）が発行される[157]。MOT 検査手数料に関しては、上限推奨価格が「改正車両（検査）規則[158]」に定められており、MOT テストセンターはこの価格を上回る請求できない。MOT はあくまでも、検査時の安全を確認するものであり、MOT 証明書の裏面には「12 カ月の車両の Roadworthy を保証するものではない」と示されている[159]。なお、不合格の場合は、不合格証明書が発行されるが、VI では、自動車が不当に MOT 不合格となった場合に、自動車の使用者が VT17 と呼ばれる申請用紙を使って再検査を要請できるサービスを行っている。これにより、使用者が初検査から 14 日以内に VT17 と検査手数料全額[160]を VI に届け出ると、VI が 5 日以内にその自動車を再検査する[161]。

また、「1988 年道路交通法」に基づき、VI や所管巡査等は、道路走行中の車両のタイヤ、ライト等の検査を随時実施している（パート 2 第 67 条)。このほか、VI はブレーキ、ヘッドランプ、排ガス基準等の点検を有料で行い、自動車メーカー各社も走行距離に応じた定期点検サービス[162]を提供している。

図表 9：英国の車検の受検方法



（注）不合格の場合、不合格証明書が発行される。

ドイツでは「道路交通許可規定（StVZO)」に基づき、新規登録の 3 年後以降、2 年毎に車検（通称、TÜV 検査[163]）を受けることが義務付けられている（第 29 条及び別冊Ⅷ)。TÜV 検査の項目は「StVZO」別冊 VIII の 1.2 および別冊 VIII ａに定められ、指定技術検査所（TP[164])、または認定検査機関（ÜO[165]）の検査人が整備工場に出向いて検査を行う。1960 年代までは指定の技術検査所で行うことになっていたが、当初は殆どの州で技術検査協会（TÜV）のみが TP として独占して検査を行っていた。70 年代からは ÜO にも検査の権限が開放された[166]。TP は州政府が定め

---

157 この証明書はユーザーが所有車両を道路で使用するに当たり法律上必要とされ、ユーザーは併せて有効な自動車保険、道路税支払い証明書を所持していなければならない。

158 Motor Vehicles（Tests）（Amendment）（No.2）Regulations（S.I. 2000 No.2332）

159 MOT で合格したからといって安全というわけではなく、直後に故障するケースがある。例えば、ディスクブレーキパッドが外れるか外れないかのギリギリのところで検査し、その結果外れていなければ合格となるが、検査後に外れることがある。

160 自家用自動車の場合 34 ポンド

161 自動車の使用者の判断が正しく、自動車が再検査で合格した場合、手数料の一部または全額が返済される。不当な MOT を実施した整備工場は VI により監査される。反対に使用者が、自動車が不当に MOT に合格したと判断した場合は、ただちに VI に届け出ると、5 日以内に無料で再検査が行われる。

162 6,000 マイル時点検検査（通称 General Service）と、12,000 マイル時点検検査（通称 Full Service）がある。車両の使用者は、任意で整備工場またはディーラーのサービスステーションに持ち込み、持ち込まれた車は車種別のメーカー目録（Manufacturer's Schedules）に沿って点検整備が実施される。

163 正式には、主点検（*hauptuntersuchung*）。従来、この主点検は技術検査協会（TÜV）が独占的に行っていたことから、TÜV 検査と呼ばれ、独占が崩れた現在でも、この通称が残っている。

164 *Technischen Prüfstelle*

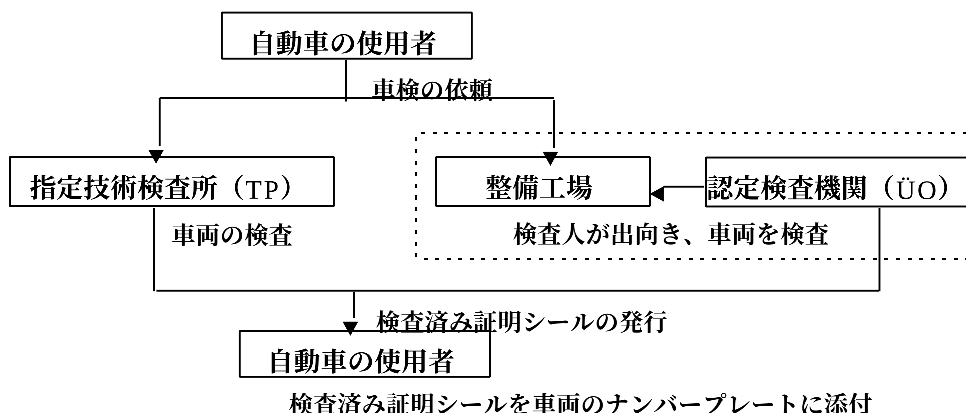
165 *Amtliche Überwachungsorganisationen*

166 当初、ÜO として認定を受けられたのは、TÜV と DEKRA（*Deutsche Kraftfahrzeug über- wachungsverein*）のみであったが、89 年には、GTÜ、KÜS、TFÜ、GTS、VÜK など 10 機関以上に門戸が開かれている。ÜO として

る料金で検査を行わなければならないが、ÜO は TP の料金を下回らない範囲で、自由に料金を設定することができる。TÜV 検査に合格すると、検査を行った機関から検査済み証明シールが発行され、車両後部の登録ナンバープレート上に貼り付けられる。

このほか、排ガス検査が全ての自動車に義務付けられている（「StVZO」47 条、47 条 a および別冊 XI と XIa）。また、乗用車以外のバス等に対しては、安全検査[167]の実施も義務付けられている[168]。安全検査は、資格を保持する整備事業者が検査を行い、検査済み証明となる検査マーク[169]を発行している[170]。検査マークは安全検査票（*SP-Schild*）に貼り付けられ、さらにこの安全検査票を車両後部左側に取り付けることが義務付けられている。

図表 10：ドイツの車検の受検方法



検査済み証明シールを車両のナンバープレートに添付

フランスでは、「道路交通法」に基づき、新規登録の 4 年以内に第 1 回目の車検を受け、その後 2 年毎に車検を受けることが義務付けられている（R.119－1）[171]。車検の検査項目は、ブレーキ、タイヤ等車両の安全性に関する 585 項目で、県に認可された認定車検センター[172]が検査を行う。車検に合格すると、車両登録証（*carte grise*）に捺印され、不合格の場合は 2 ヶ月以内に再検査を受けなければならない。運輸省[173]は自動車･二輪車技術連合（UTAC）を中央技術機関[174]に認可しており、UTAC は各認定車検センターの均一化･サービス向上を図るため、検査官への情報提供や研修等を行っている。このほか、車検に関連する機関および団体等から、車検および自動車に関する情報を収集･分析し、データベースを構築して、運輸省や DRIRE 等の関連機関に提供し、検査基準・認定車検センターの認可基準の見直し等の支援を行っている。

また、99 年 1 月 1 日以降、3.5 トン未満の車両は、車検の翌年に補足的に有害物質排出検査を受けることが義務付けられている（「道路交通法」R.120）。

の認定は州政府が行うが、ドイツ全州で ÜO の認定を取得しているのは、現在のところ、TÜV、DEKRA、GTÜ の 3 機関のみである。TÜV と DEKRA は、TP として持ち込まれた車両の検査も行うが、ÜO として出向いても検査を行っている。

167 *Sicherheitsprüfung.*

168 バスに関しては車検の際に、「乗客運送業令（*Verordnung über den Betrieb von Kraftfahrunternehmen im Personenverkehr*、*BOKraft*）」第 41 条に基づく検査も実施することが規定されている。

169 *Prüfmarke* 自動車登録所（市役所や郡役所の所管）が発行する場合と、検査人が発行する場合がある。

170 検査は、「StVZO」別冊 VIII の 1.3 および別冊 VIII a の項目に従って行われる。

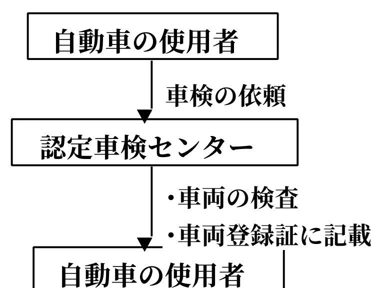
171 業務用車の場合は、1990 年 1 月 1 日以降に使用され始めた車両に関しては使用開始年から 4 年目に車検を受ける。その後は、3.5 トン未満の車両は 2 年毎、3.5 トン以上の車両は毎年の車検が必要となる。（「道路交通法」R119-1）。

172 1999 年 12 月 31 日現在、認定車検センターはフランス国内に 4272 ヵ所ある。

173 *Ministère des Transports*

174 *Organisme Technique Central*

図表 11：フランスの車検の受検方法



（注）不合格の場合は、2 ヵ月以内に再検査を受けなければならない。

２－２．自動車の整備事業にかかわる規制

A．日本

＜制度の概要＞

①整備事業者に対する規制

日本では、「車両法」に基づき、自動車の保安上、重要とされる装置の整備は分解整備するものとされ、分解整備事業を経営しようとする者は[175]、分解整備事業の種類および事業場ごとに、地方運輸局長の認証を受けなければならない（第 78 条）[176]。分解整備とは、原動機、動力伝達装置、走行装置、操縦装置、制動装置、緩衝装置、連結装置を取り外して行う整備または改造であり[177]、分解整備に該当する部品は、一般的に“重要保安部品”と呼ばれる。重要保安部品という用語は「車両法」や「車両法施行規則」の中には存在せず、定義やその範囲も明確ではなかったが、96 年 8 月の整備課長通知[178]により、分解整備に該当する部品が明示された。本調査対象 12 品目に関しては、ディスクブレーキパッド＆ブレーキシュー、クラッチディスク＆カバーのみが、重要保安部品に該当する。なお、ショックアブソーバに関しては、重要保安部品に該当するとみなされていたが、95 年 10 月 20 日付けの「車両法施行規則」改正により、分解整備の定義から除外された。

分解整備事業の認証を受けた事業場は一般に“認証工場”と呼ばれ、国土交通省令[179]で定められる作業場の面積、構造設備、自動車整備士の配置等の人的要件等の認証基準を満たさなければならない（「車両法」第 80 条）。なお、97 年 2 月までは、分解整備の対象装置の全ての整備を行うことを前提に認証が与えられていたが、分解整備のいずれかの装置を整備する場合でも、個別に認証が受けられるようになった。特定の装置の認証を受けた事業場は、一般に“専門認証工場”と呼ばれる。

---

175 自動車の使用者が分解整備を実施する場合、従来は整備が完了してから 15 日以内に国の検査場で分解整備検査を受けなければならなかったが、現在では自己責任に委ねられている。（98 年に「車両法」第 64 条および第 65 条を削除）

176 認証を受けずに分解整備事業を行うと、30 万円以下の罰金が課せられる（「車両法」第 109 条)。

177 「車両法施行規則」（51 年 8 月 16 日 国土交通省令第 74 号）第 3 条

178 「車両法施行規則 第 3 条「分解整備の定義」の解釈について」96 年 8 月 20 日 自整第 151 号の 2

179 「車両法施行規則」第 57 条

また、認証を受けた分解整備事業者のうち、国土交通省令[180]により定められる自動車検査設備を有する等の基準を満たす事業者は、申請により地方運輸局長の指定を受け、国の検査場に代わり自動車検査員の検査のもと保安基準適合証を交付することができる（「車両法」第 94 条の 2、第 94 条の 5）。自動車検査員は、国の検査に相当する検査を専門に行うものとして専任が義務付けられている（第 94 条の 4）[181]。指定を受けた事業場は一般に " 指定工場 " と呼ばれ、保安基準適合証を国の検査場に提出すると現車の提示が省略されることから、" 民間車検場 " とも呼ばれる。

このほか、優良自動車整備事業者の認定制度がある。優良自動車整備事業者の認定を希望する者は、国土交通省令[182]で定められる基準を満たした上で、申請により、事業場ごとに地方運輸局長の認定を受ける（「車両法」第 94 条）。認定は、自動車整備技術の向上並びに自動車整備施設の充実強化を図るためのものであり、分解整備事業を経営していると否とにかかわらず受けることができる。

なお、95 年以降の「改正車両法」施行により、面積、構造設備、人的要件等の認証および指定の基準が緩和された。また、指定工場は、従来、自ら検査施設を有することとされていたが、一定の要件を満たせば、検査施設を保有しなくても、別の工場の検査施設で検査を行えることも可能になった[183]。

②自動車整備士に対する規制

日本には、自動車整備技術の向上を図るため、整備事業を行う技術者を対象に自動車整備士の技能検定制度がある（「車両法」第 55 条および「自動車整備士技能検定規則」）。自動車整備士は、自動車全体を総合的に整備する者とエンジン・タイヤ・車体等を専門に整備する者に資格規定が分類され、一定期間の実務経験と学科試験に合格した上で実技試験に合格した者に与えられる[184]。

自動車整備士の配置は、認証や指定の基準となっている。分解整備事業者においては、１級、２級または３級の自動車整備士が一定数以上従事し、整備主任者は１級または２級自動車整備士でなければならない[185]。指定整備事業者においては、自動車検査員は１級または２級の技能検定に合格していることが要件の一つとなっている[186]。

＜制度の影響＞

95 年以降の規制緩和を受け、カーショップやガソリンスタンド等の整備事業への新規参入が拡大しているといわれる。しかし、事業形態によっては認証基準である設備機器の中には利用しないものがある等、認証を受けるためのコストが掛かり、すみやかに事業を開始できないとの指摘がある。例えば、設備機器として備えることが規定されている部品洗浄槽やチェーンブロック等は、実際に使うことがなく、不要であるといわれる。認証基準を満たすには、小型車工場の場合、設備機器に 300 万程度かかり、その他に土地代を除いて 1,500 万円程度かかるといわれる。自動車の使用者の安全確保と環境保全の観点から、整備事業を行うには最低限の規制は必要といわれるが、より新規参入しやすい環境にすべきとの指摘もある。

---

180 「優良自動車整備事業者認定規則」（51 年 8 月 10 日 国土交通省令第 72 号）、「指定自動車整備事業規則」（62 年 9 月 26 日 国土交通省令第 49 号）。指定整備事業者の設備、技術および管理組織に関しては、優良自動車整備事業者の一種または二種の基準に相当する。

181 自動車検査員は、1 級または 2 級の技能検定に合格していることがその要件の一つとされている。ただし、２級自動車シャシ整備士の技能検定のみに合格しているものは対象とならない。

182 「優良自動車整備事業者認定規則」（51 年 8 月 10 日 国土交通省令第 72 号）

183 「自動車検査設備の共同使用における指定整備業務の取扱いについて」97 年 2 月 20 日 自整第 23 号

184 ただし、国土交通大臣が指定する養成施設（1 種、2 種）の修了者等は、学科試験または実技試験の全部または一部が免除される（「自動車整備士技能検定規則」第 6 条第 3 項）。 国土交通大臣が指定する１種養成施設は、主として実務経験のない者を対象とするもので職業能力開発校、自動車専門学校、工業高校の自動車整備課等がある。２種養成施設は、主として実務経験のある者を対象としており、各都道府県の自動車整備振興会の自動車整備技術講習所が該当する。試験は毎年 2 回実施されており、受験手数料は 3100 円(学科試験合格者が実技試験のみを受験した場合は 2000 円)となっている（「車両法関係手数料令」51 年 6 月 30 日 政令第 225 号）。

185 事業場が原動機を対象とする分解整備を行う場合は、２級自動車シャシ整備士は対象とならない。

186 ２級自動車シャシ整備士の技能検定のみに合格しているものは対象とならない。

また、97 年 2 月より新設された専門認証工場に関しては、日本の使用者は自動車の一部分を整備するよりも、総合的に整備した上で車検を行える指定整備事業者に点検整備を依頼する傾向があるといわれている。事業者は自社の条件に応じて専門認証、認証、指定を選択できるようになっているが、新規参入事業者の多くは、指定整備事業者として、指定の取得を希望することが多いといわれる。

自動車整備士に関しては、自動車整備士が整備を提供することにより、使用者による“素人整備”に一定の歯止めがかかり、誤整備による事故を防止する役割を果たしてきたといわれる。規制緩和により整備事業者の業態が多様化し、使用者の選択肢も拡大したことから、今後は、自動車整備士が使用者に補修部品の機能を説明し、適切な交換時期を助言するなど、積極的に最適な整備サービスを提案していくことも重要であるといわれる。

B．海外

米国では、自動車を事業として整備するにあたり、「修正資源回収保全法[187]」に基づき登録を義務付けているほか、整備事業に関する連邦レベルでの規定はない[188]。一部の州政府は、州内の整備事業者の基準を設け、登録することを義務付けている。自動車整備協会（ASA[189]）によれば、20 州が少なくとも州内の自動車修理施設の一部に整備事業者として登録することを義務付けている[190]。例えば、カリフォルニア州では「自動車修理法[191]」に基づき、全ての整備事業者はカリフォルニア自動車修理事務所[192]に登録することが義務付けられ、さらにブレーキと照明設備に関する整備を行う事業所は認可制となっている。コネティカット州では、整備事業者は必要最低限の設備機器を有し、管理責任者が学科試験に合格する等の基準を満たした場合、認可当局[193]の検査の後、認可される。このほか、ニューヨーク州では、「自動車修理工場登録法[194]」に基づき、全ての整備事業者は登録しなければならず、事業所内でその登録と工賃を掲示することが義務付けられている。ハワイ州では、整備事業者として登録するには、事業場の所有者が認定整備士であるか、認定整備士を雇わなければならない。ロードアイランド州では、整備事業者の登録に当たり、24,000 平方フィートの作業スペースと、10,000 ドル相当の工具を持つことを義務付けている。

また、連邦レベルでの整備事業に関する基準がないこともあり、多くの民間の非営利団体が、整備事業の水準を高めるため様々な活動を行っている。自動車運転者保証プログラム[195]は、整備事業者を訪問検査し、一定の水準に達している事業場を認証している。

自動車整備士に関しては、連邦政府は資格制度等を設けていないが、一部の州政府は車検や排ガス検査を行う整備士の訓練要件等を定めている。また、全国自動車整備技術協会（ASE[196]）が、自動車整備・修理の質の向上を目的に、2 年の実務経験と学科試験に合格した者を対象に ASE の認証を与えている。ASE の認証は整備業界で高い評価を得ており、ASE 認証整備士を雇う事業所は ASE のロゴを表示することができるほか、企業や学校でも ASE 認証取得を推奨している。

英国では、自動車の整備事業をはじめるにあたり、地方自治体より建物構造等に関する一般的な事業開始の許可を得なければならないほか、特有の規制はない。ただし、MOT テストセンター

---

[187] Resource Conservation and Recovery Act. 同法は有害廃棄物の発生及び処分を規制したもので、整備工場は有害廃棄物を発生すると考えられることから、環境保護局の ID 番号を取得しなければならない（40 CFR§262）。

[188] このほか、整備事業者は、職業安全衛生法（Occupational Safety and Health Act）に基づき、労働者の安全かつ衛生的な労働条件を保証するための一般産業基準を満たさなければならない（29 CFR§1910）。また、ブレーキやクラッチ等の修理を行う際に、アスベスト粉塵にさらされる者に対しては特別の規則がある。

[189] Automotive Service Association

[190] また、一部の州は、車検または排ガス検査を行う整備事業者に対してのみ認可要件を定めている。

[191] California Automobile Repair Act

[192] California Bureau of Automobile Repair

[193] Dealers and Repairers Section, Bureau of Motor Vehicles

[194] Motor Vehicle Repair Shop Registration Act

[195] Motorist Assurance Program

[196] National Institute for Automotive Service Excellence

として車検業務を行うには、面積、構造設備、人的要件等の基準を満たし、DETR の認定を受けなければならない。MOT は車両の種類により検査内容がそれぞれ異なるため、当該車両の分類により、機械設備や構造設備等の認定要件は異なる。基本的な要件には、検査用ベイ、多種の検査機器（ブレーキテスト用検査器、前照灯照準検査器など）が含まれている。MOT テストセンターの責任者と、実際に MOT 検査を行う整備士は、それぞれ MOT 検査場責任者（AE[197]）、MOT 検査整備士（NT[198]）として、VI の認証を取得しなければならない[199]。VI は、DETR に代行して MOT 検査制度を始めとする道路上の自動車の保安に係わる諸検査制度の実施に携わっており、MOT テストセンターなどに対して MOT 検査ガイダンスを発行する義務や、整備工場を MOT テストセンターとして認定する際の、面積、構造設備、人的要件等を審査する義務がある。

自動車整備士に関しては、NVQ[200]と呼ばれる国家資格があり、VI は NVQ を保有し[201]、VI の実施するトレーニングコースを終了した者を NT として認証している。

ドイツでは、「手工業令」に基づき、自動車整備技士の職業資格を持ち、さらに 3 年間の実務経験を積んでマイスター試験に合格した者だけが、自動車整備事業の開業資格を得る。職業資格は、3 年間半の職業訓練を受け、職業資格試験に合格した場合、得ることができる[202]。車検（TÜV 検査）に関しては、整備事業者は行うことは出来ないが、排ガス点検および安全検査に関しては、一定の条件を満たす場合、実施することができる。安全検査は、自動車整備技士の資格を持ち、一定の設備を備え、一定の研修を受けた者が、各地域の整備事業者組合に申請を行い、整備業組合のチェックを受けた後に州政府の担当省庁に安全検査の資格整備士として登録される（「StVZO」別冊Ⅷc）。排ガス検査は、手工業会議所に登録された整備事業者で、自動車メーカーやエンジンメーカー、自動車輸入業者などが主催する研修に参加して排ガス点検の知識を備えた者と規定されており、地域の手工業会議所がその資格を付与する（「StVZO」第 47 条 b）。また、自動車整備技士の職業資格とマイスターの中間に位置する自動車整備士の資格として、自動車サービス技士[203]があり、このほか板金業の車体製造士、タイヤ再生士の職業資格もある。

フランスでは、1996 年に車両及び機械のメンテナンスと修理事業が法的に規定され[204]、無資格で整備事業を営むことが禁じられた[205]。自動車の整備事業者は、安全と衛生面から消費者に及ぼしうるリスクを評価した上で定められた営業条件を満たすことが義務付けられているが、事業所の面積、従業員数等は規定されていない。98 年から、整備事業者は、職業適正証[206]または職業教育免状[207]等の認定資格を取得することが義務付けられている[208]。このほか、整備事業者は「保険

---

[197] Authorised Examiners

[198] Nominated Tester

[199] 整備工場を単独で経営している AE は、NT を兼ねることができる。

[200] National Vocational Qualification. National Craft Certificate, City and Guilds, Business and Technician Educational Council, Scottish Vocational Education Council, National Vocational Qualifications or Scottish Vocational Qualifications 等の試験団体が提供している各種コースが NVQ として VI に指定されている。

[201] NVQ を保持していない場合は、VI の実施する Nominated Tester Assessment Examination(NTT(A))に合格しなければならない。

[202] 98 年４月の「手工業令」改正により、自動車整備士と自動車電装整備士の 2 つの職業資格は一本化され、自動車整備技士となった。

[203] 職業資格試験合格直後でも 300 時間の講習会に参加した後に受験できる。

[204] 96 年 7 月 5 日付け法（N°96-603）

[205] 自動車整備士はその営業形態の如何にかかわらず、法的取締りと最高 5 万フランの罰金の対象となることが定められた。

[206] *Certificat d' Aptitude Professionnelle*

[207] *Brevet d' Etudes Professionnelles.* "自動車のメンテナンス BEP(*BEP maintenance de v' hicules automobiles*)"、"車体 BEP(*BEP carrosserie*)"の 2 種類がある。

[208] 96 年 7 月 5 日付け法（N°96－603）および 98 年 4 月 2 日付けデクレ（政令）（N°98-246）。具体的には、次の 2 つの要件が定められた。①修理業を営む者または無資格者による作業を監督する者は、職業適性証、職業教育免状のいずれか、あるいは同等またはそれ以上の認定資格を取得しなければならない。②認定資格を持たない者は、3 年以上の修理業における職業経験を証明しなければならない。これは居住地の県知事に申請を行い、審査の上で職業経験証明書が発行される。

法[209]」に基づき、自らのの賠償責任をカバーする保険への加入義務が定められている（R. 211-3条）。また、職業適正証を保有する等の一定の条件を満たす者[210]は、検査官[211]として県の認定を受け、認定車検センターとして車検業務を営むことが出来る。認定車検センターは、検査項目毎に定められた検査用機器を備えなければならないが、面積、検査官以外の作業工員等に関する規定はない。認定車検センターの検査官が、自動車販売や整備業務を兼業する場合は、県の認可を得なければならない[212]。

[209] *Code des Assurances*

[210] ①自動車分野の職業適正証を持ち車検に関する 900 時間の補足専門研修を受講した者、②職業適性証の保有者で最低 2 年間の自動車修理業の開業実績があり、さらに車検に関する 150 時間の補足専門研修を受講した者、③最低 2 年間の認定車検センターでの検査官を経験し、車検に関する 70 時間の補足専門研修を受講した者、など（91 年 6 月 18 日付けアレテ）。

[211] *contôrleur*

[212] 91 年 4 月 15 日付けデクレ N°91－370 第 2 条

Ⅱ．流通・商慣行

１．補修部品の流通システム

（１）流通システム

A．日本

a.自動車部品の流通ルート

自動車部品には、自動車メーカーの工場で新車に組み付けられる部品（Original Equipment Parts：OE 部品）と、保有車の修理や整備、機能アップなど自動車の使用者の様々なニーズに対応する補修部品がある。ＯＥ部品の流通ルートは、新車に組み付けるための部品であることから、自動車メーカーへの納品が主要ルートとなる。一方、補修部品は修理や整備、機能アップなどのための部品であることから、自動車メーカールート以外にも部品メーカールート、カーショップルートなどの独自の流通ルートがある。

日本の自動車の生産において、自動車メーカーと部品メーカーは分業関係にあり、デザイン・インと呼ばれる共同開発が推進される等、密接な関係を持っているが、自動車部品メーカーの取引先は広い範囲に及ぶ。ＯＥ部品メーカーのうち、一次部品メーカーの総数は約 400 社であるが、自動車メーカー11 社が直接取引きしている一次部品メーカー数は、１社あたり 200 社～300 社程度であると言われ、多くの部品メーカーは複数の自動車メーカーに納品している。日本の部品メーカーは小さな町工場から、自動車市場の拡大に伴い自動車メーカーと共に成長してきた企業が多く、自動車メーカーと資本関係のある企業は少ない。自動車メーカーから分社した企業などで、部品メーカーの株式総数に占める自動車メーカーの取得株数の割合が３割程度を占めるというところもあるが、その場合でも部品メーカーは他社自動車メーカーとも取引している【関連資料 1－3.「自動車部品の調達構造」参照】。一方、補修部品については単品で必要な品質基準をクリアしていればよいため、自動車メーカーにＯＥ実績がない補修部品専用の部品メーカーも多数参入している。ほとんどの部品メーカーは、複数の自動車メーカーに部品を納入しており、全自動車メーカーに納入しているところもある【関連資料２－２「日本の補修用自動車部品市場への参入」を参照】。

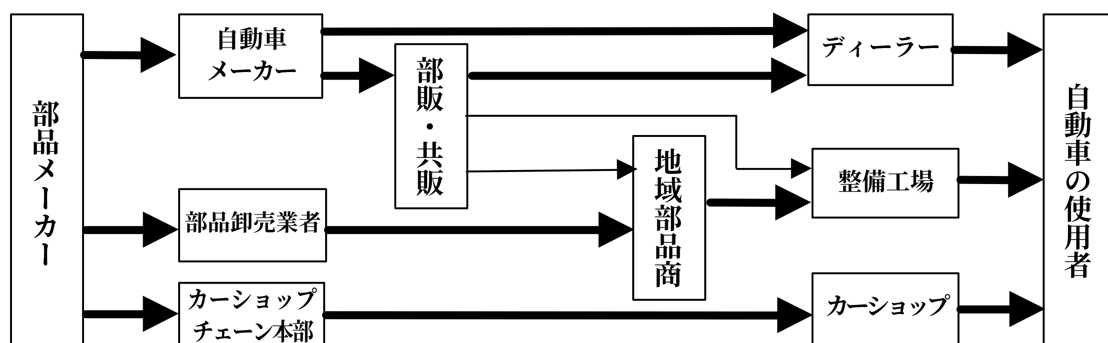
b.補修部品の流通ルート

日本の補修部品の流通ルートは品目により多少異なっている。消耗部品については自動車メーカールートと部品メーカールートの２大ルートが競合している。タイヤ等については、タイヤメーカーと、カーショップ等のルートが競合している。

1）消耗部品

消耗部品の流通ルートは自動車メーカールートと部品メーカールートに大別される。自動車メーカールートは生産した車両に対するアフターサービスのためのルートで、消耗部品の他に外装部品、機能部品など修理や保守管理に必要な部品をすべて供給している。部品メーカールートはアフターマーケットで需要の大きい消耗部品を、部品メーカーが自動車メーカーを介さず、直接、一般市場に販売するためのルートである。

図表12　日本の流通ルート



①自動車メーカールート

自動車メーカールートは基本的には自動車メーカーから直接、ディーラーに供給される極めてシンプルな流通構造となっている。自動車メーカーはボディパネル等の一部の部品を除き、部品メーカー等から補修部品を調達し、物流拠点に在庫、需要の発生に合わせて迅速に供給できる体制を整えている。日本では60年代以降、自動車メーカー５社は各々ディーラーとの共同出資で、物流合理化とサ-ービス向上のため、部品販売会社（通称“部販・共販”という）を設立し、全国展開させている。部販・共販は地域対応の品揃え・在庫保有・配送等の機能を担当し、自動車メーカーの部品センターと連携し、地域デポの役割を果たしている。部販・共販はディーラーへの部品供給の他、取引先の地域部品商社は整備工場、ガソリンスタンド等に１日２～３便の配送サービスを行っている。

②部品メーカールート

部品メーカールートは、部品メーカーから部品卸商、地域部品商を経由し、独立系整備工場等に供給されるルートである[213]。部品卸商は日本自動車部品協会（ＪＡＰＡ）会員の 21 社の他に、数社の有力な卸商社がある。部品卸商は国内部品メーカー各社[214]から補修部品を仕入れる他、海外部品の輸入、販売を行っている。地域部品商は整備工場等に１日２～３回の配送サービスを行っている。

一方、カーショップは各チェーンの本部が部品メーカーや部品卸商から補修部品を購入して流通させている。日本では自動車の使用者が自分で部品を交換することは少なく、カーショップの主要商品はカーオーディオ、ナビゲーションシステム、スポーツパーツ等の用品分野が中心であった。従来型のカーショップでは取付けピット数も少なく、整備士もいないために、補修部品の取扱品目はタイヤ、バッテリー、ワイパーブレード等の軽整備部品に限られていた。しかし、95年の規制緩和以降、大手カーショップを中心に、車検整備[215]を含む分解整備業への参入が本格化しており、ピット面積の拡大と分解整備業の認証取得の動きが活発化している。

２）タイヤ

タイヤメーカーは主に地域販売会社（子会社あるいは資本出資の系列販売会社）を経由し、ＧＳＳ、整備工場、ディーラー等に供給している。この他、地域の独立系のタイヤショップがあり、地域販売会社から部品を仕入れてディーラー、ガソリンスタンド、整備工場などからの注文によりタイヤの取付け販売を行なっている。なお、80 年代以降、ユーザーに直接小売販売するニュータイヤショップ[216]の展開が始まった。これらのショップでは、タイヤ以外の用品や部品も豊富に品揃えし、部品・サービスの提案型販売を行っている。

カーショップはタイヤメーカーの地域販売会社からタイヤを購入している。この他、国内・海外のタイヤメーカーと提携し、プライベート・ブランドタイヤを販売し差別化を図っている。

Ｂ．海外

米国の自動車メーカールートは、自動車メーカーが中央にマスターデポ、地域にリージョナルデポを設置してディーラーへの部品供給を行っている。ディーラーはサービス工場で行う整備に多くの部品を使用する他、ＤＩＹ顧客にも部品を店頭で販売しており、地域の整備工場に部品を卸売りする場合もある[217]。また、GMとフォードは60年代以降、第二ブランドを販売しており、これは自動車メーカーのデポから直接、市販ルートで販売されている。 一方、部品メーカールートは、従来は部品メーカーが部品卸売業者[218]（「以下、WDと略す」）とジョバー（地域流通業者）

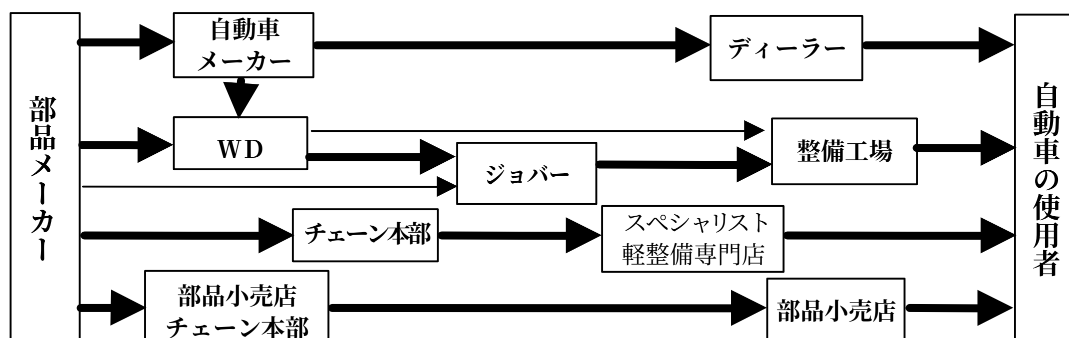
---

213 地域部品商は独立系整備工場の他、ディーラー、カーショップ、ガソリンスタンドなどに部品を販売している。
214 自動車メーカーにＯＥ納入している部品メーカーの他に、アフターマーケット専門メーカーもある。
215 カーショップの車検整備台数は年間10万台を突破すると推定される（2000年度）。
216 ブリヂストンのタイヤ館、横浜ゴムのグランドスラムなど。
217 ディーラーの部品売上の29.8%が卸売りであった（99年、ＮＡＤＡ）。
218 Warehouse Distributor

を経て整備工場に流通するという３段階の流通プロセスが主流であった。70年以降、部品小売チェーンの勢力が大きくなり価格競争力を強めてくると、部品卸業者は計画購買グループ[219]を組織して対抗し、ジョバーは店頭を改装して自動車の使用者への小売も開始した。このような部品小売チェーンとの厳しい市場競争の結果、流通ルートの簡素化が進んだ。一部のＷＤはジョバーを飛び越えて直接、整備業者に販売を始め、地域の大規模経営のジョバーは直接メーカーから調達し始めるなど、流通プロセスは３段階から２段階へと変化してきている[220]。また、米国では、60年代から自動車の使用者が自分で部品を購入して整備するＤＩＹが大きく発展してきた。このため全国規模の部品小売店のチェーンが急速に勢力を伸ばしていった。これらの部品小売店は通常、15,000～25,000点の部品を在庫し、自動車の使用者に販売している。取扱い部品は消耗部品から補修需要の多い機能部品、さらにリビルトエンジンなどまで多彩である。これらの部品小売店は店頭で自動車の使用者に部品を販売する他、地域の整備業者などにも部品のデリバリー販売を実施しており、伝統的なジョバーと競合関係にある[221]。この他、米国では特定分野の整備を行うスペシャリスト[222]、軽整備専門店の全国チェーン展開も盛んである。これらのチェーンは本部が直接、部品メーカーから仕入れて、参加のフランチャイジーに部品を供給している。

タイヤについては、タイヤメーカーがフランチャイズ店を展開している。これらのフランチャイズ店はタイヤ交換サービスのみならず、ブレーキ、エンジン関係の整備を行う場合もある。

図表13　米国の流通ルート



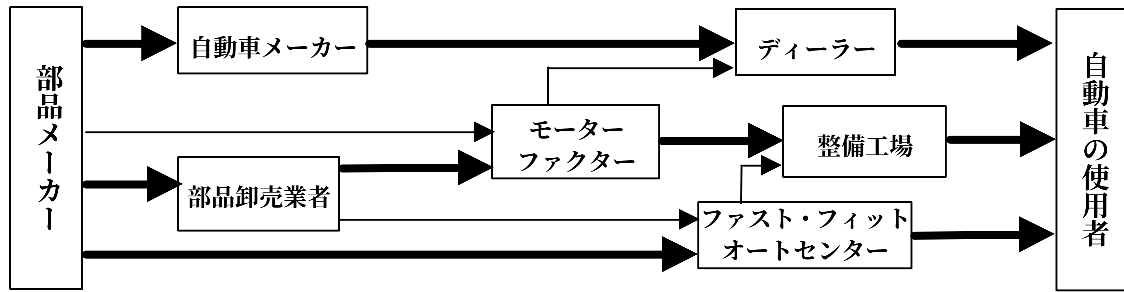
（注）WD：Warehouse Distributor=部品卸業者
ジョバー：地域流通業者

欧州諸国では、自動車メーカールートは自動車メーカーの部品センターより直接ディーラーに部品が供給されている。ディーラーは部品を自社の整備工場で使用するほかに、地域の整備業者に卸売りしている。一方、部品メーカールートは各国によって異なる。

英国の部品メーカーは部品卸売業者、モーター・ファクター（地域流通業者）を経由し、整備工場に部品を販売している。モーター・ファクターは地域の伝統的な卸売業者であり、特定地域に拠点を展開する地域チェーンもあれば、全国展開している大規模チェーンもある。大手モーター・ファクターは部品メーカーより直接、部品を仕入れてプライベート・ブランドで販売することも多い。また、包括的な整備を行っていないものの、タイヤ、バッテリー交換等を行う「ファスト・フイット」や「オートセンター」など軽整備専門店の勢力も拡大しており、自動車整備市場の２割強のシェアを持つといわれる。これらの店舗はほとんどが、大型チェーンに加入しており、部品メーカーや部品卸商から直接、部品を仕入れている。タイヤについてはタイヤメーカーの地域販売店を通じて、タイヤショップやファスト・フイットなどの軽整備専門店で販売される。ファースト・フイットやオートセンターは包括的な整備は行わないが、需要の大きなタイヤ、バッテリー、マフラー等の交換を行っている。

219 部品メーカーに共同で計画発注を行うことで価格競争力を高めることがねらい。
220 全てが２段階というわけではない。最大手の共同購入グループＮＡＰＡはジョバーと競争しない方針である。
221 この他量販店も一部の消耗部品を店頭販売している。また、取付けピットを併設している量販店もある。
222 大手アンダーカーショップチェーンが存在する。

図表14　英国の流通ルート

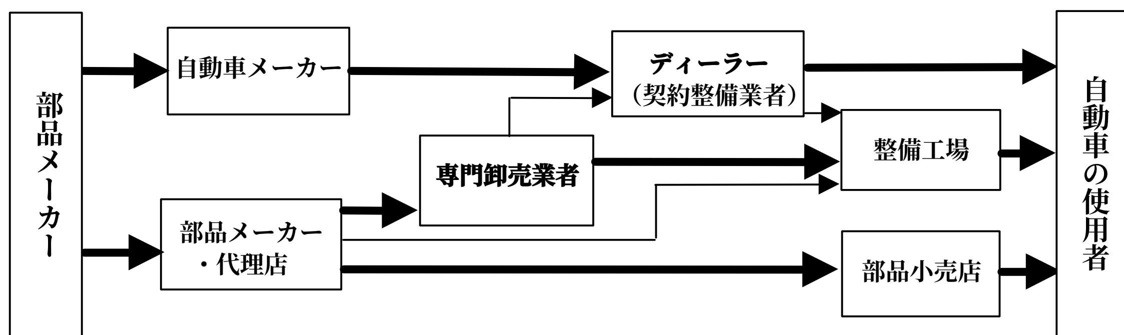


（注）モーターファクター：地域流通業者
ファスト・フィット：タイヤ、バッテリーの交換などの軽整備を迅速に行う整備業者。

ドイツの部品メーカーは部品メーカー代理店と、複数の部品メーカーの製品を扱う専門卸売業者を経由して整備工場等に販売している。部品メーカー代理店は専門卸売業者の 40%、部品小売店に 30%、整備工場に 20%の比率で販売している。専門卸売業者の顧客は約 50%が整備工場である。一方、自動車の使用者に部品を直接販売する部品専門店がシェアを伸ばしており[223]、特に量販専門店は扱う商品の幅の広さと価格の安さで自動車の使用者の支持を得ている。量販店では購入した部品をすぐに取り付けられるように整備施設が併設されているのが一般的である。特に品数の多い量販専門店には整備業者が仕入れに来るなど卸売りの機能を果たしている。

タイヤについては、タイヤショップが 60%のシェアを持ち、その他では契約整備業者やディーラーのシェアが高い。タイヤショップはタイヤメーカーのフランチャイズチェーンと独立系チェーンとがある。

図表15　ドイツの流通ルート

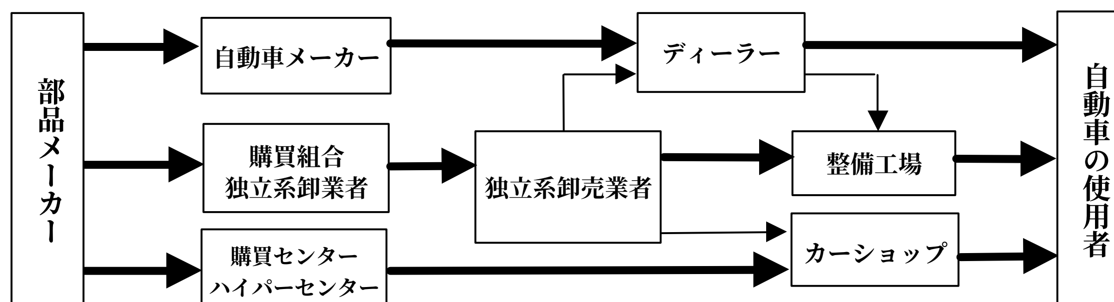


フランスでは、補修部品の６割が卸売業者を経由して流通している。卸売業者が購買組合[224]を結成し、部品メーカーから共同で部品を仕入れ、整備工場[225]や運送業者の自家工場、ディーラー、ガソリンスタンドなどに販売している。また、大手カーショップ、軽整備専門店などの量販店では、部品の販売に加えて広範な整備サービスを行なっている。カーショップは、86 年の車検制度導入と 92 年の車検の義務づけに対応し整備業界に新規に参入した。以来、車検に不合格であった

[223] 92年には13%であった部品専門店（量販専門店も含む）のシェアは97年には15%にまで拡大している。
[224] 戦後、整備士が複数の工場で作業を行うことを可能にする目的で整備士主導で購買組合が結成された。現在、購買組合は整備工場の責任者向けの研修活動、マーケティング、製品規格制定への関与など幅広い活動を行っている。
[225] 独立系整備工場への供給が40%から50%を占めている。

車両の再検査項目にターゲットを絞ったサービスを充実させ、一括料金制度を適用し、市場シェアを伸ばしている。また、これらの量販店では各グループの購買センターを通して製品を購入していることが多い。

図表16　フランスの流通ルート



図表17　日本・欧米各国における補修用自動車部品の販売業者数

(単位 :店)

	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
新車ディーラー	21,138	21,800	6,200	24,423	22,000
独立系整備工場	69,638	119,400	15,450	24,300	22,000
軽整備専門店	—	5,600	5,470	1,000	—
アンダーカーショップ	—	13,700	—	—	—
オートパーツ・リテイルショップ	—	41,400	4,200	—	970
カーショップ	1,927	—	—	—	2,600
タイヤショップ	7,761	12,200	4,323	4,000	—
ガソリンサービスステーション	49,254	98,700	12,876	16,000	17,200
ホームセンター	3,560	20,200	2,326	2,640	—
総合スーパー・ディスカウントショップ	—	14,400	—	2,225	8,170
その他	2,780	—	—	28,000	—
合計	**156,058**	**347,400**	**50,845**	**102,588**	**72,940**

（出所）日本：業界ヒアリングによる推計（99 年)
米国：Automotive Parts & Accessories Association (now AAIA)
英国：Factoring Services Group Ltd, The UK automotive Aftermarket, Information & Statistics 2000
ドイツ：ZDK /Marketing Systems,
フランス：FEDA（Fédération des Syndicats de la Distribution Automobile）

（2）補修部品の種類

A．日本

補修部品の種類は、自動車メーカーが供給する部品と部品メーカーが供給する部品に大別できる。日本では自動車メーカーが供給する部品（自動車メーカーブランド）には純正部品および第二ブランドがあり、部品メーカーが供給する部品（部品メーカーブランド）は、優良部品、ナショナルブランド等がある。

図表18　補修用自動車部品の種類別参入状況

		分類	自動車メーカーブランド品 純正部品①	自動車メーカーブランド品 第二ブランド品②	部品メーカーブランド品 優良部品③	部品メーカーブランド品 ナショナルブランド④	部品メーカーブランド品 海外部品 輸入車向け	部品メーカーブランド品 海外部品 国産車向け
補修部品	Replacement Parts	消耗部品	○	○	○	○	○	○
補修部品	Replacement Parts	バッテリー		○	○	○	○	○
補修部品	Replacement Parts	タイヤ				○	○	○
補修部品	Repair Parts	外装部品	○				○	
補修部品	Repair Parts	ボディパネル	○				○	
補修部品	Repair Parts	内装部品	○				○	
補修部品	Repair Parts	機能部品	○				○	
オイル・ケミカル		オイル	○	○	○	○	○	○
オイル・ケミカル		フルード	○	○	○	○	○	○

（注）・網かけ部分は、本調査の対象部品。
・○は参入実績のある領域

①純正部品（ＯＥＳ）

純正部品（ＯＥＳ）は、自動車メーカーが補修用に供給している部品で、ＯＥ部品と同品質[226]の部品である。ＯＥＳの品質は、極寒のアラスカから熱砂の砂漠まで日本車の輸出される様々な国々の気象条件に対応できる基準としている。また、自動車メーカーは、一般部品で３年保証、エンジン、サスペンション、ステアリング、ブレーキなど基本性能に関する重要部品は５年保証[227]を実施している。

②第二ブランド

純正部品の品質基準は、世界中で使用されることを前提に開発されたＯＥ部品の基準と同水準であり、日本で使用するには過剰品質ともいわれている。そこで、96年より一部の自動車メーカーは、日本国内で使用される事を条件に開発した第二ブランドを市場投入している。第二ブランドは大幅な品番統合[228]が図られ、低価格化も実現している。さらに、従来、自動車メーカーが扱うことのなかった高付加価値部品[229]も第二ブランドとして積極的に採用されている。

③優良部品

部品メーカーが補修市場に流通させている部品として、優良部品が有名である。これは部品卸売業者で構成する日本自動車部品協会（ＪＡＰＡ）が推奨する補修部品で、自動車部品の品質・性能の向上を図り、一般ユーザーが安心して選択できる部品を優良部品とし、優良部品の品質保証並びに損害補償体制を明確にするなどの目的で 72 年より開始されている。優良部品の推奨制度は日本の補修部品市場に粗悪品が多く流通し、トラブルを発生させた時期に部品卸商社が品質の

---

226 ＯＥは車種ごとに開発され、その車の性能を最大限に引き出すようファインチューニングされている。ＯＥを古い車種まで含めて補修用に供給するとなると膨大な数となりコスト的に合わない。そこで品質はＯＥと合わせながら共通化を図ったＯＥＳが補修用に供給されている。

227 消耗部品は除く。ただし、クラッチカバー、ショックアブソーバ、ドライブシャフト、ディスクブレーキキャリパなどは５年間保証となっている。

228 純正部品（ＯＥＳ）は車種ごとに開発されているＯＥを可能な限り品番統合して開発されるが、ＯＥと同品質という条件があるため、さらなる品番統合には限界がある。しかし、市場の求める品質にマッチすれば良いという第二ブランドの品質基準により、従来にない大幅な品番統合が可能となったという。

229 通常のバルブよりも明るい高輝度バルブや点火性能をアップしたイリジウムプラグなど。

良い商品を扱うことを狙いに創設した。優良部品は汎用性の高く、メーカー横断、車種横断で品揃え出来るメリットがあるため、多種多様な車種が入庫する整備工場を中心に広く使用されている。優良部品を供給している部品メーカーは、自動車メーカーに納入しているＯＥメーカー[230]の他に、アフターマーケット専用メーカー、海外部品メーカーがある。

④ナショナルブランド

ナショナルブランドとは優良部品以外で国内部品メーカーが提供する部品のことをいう。ブランドイメージの高い部品は、あえて優良部品の推奨を受けなくても十分に流通しているのが現状であり、タイヤ、バッテリーを始め、多くの部品がナショナルブランドとして流通している。

Ｂ．海外

米国では自動車メーカーが供給する純正部品に比べて、「アフターマーケットパーツ」と呼ばれる補修専用部品のシェアの方が大きい。米国のアフターマーケットパーツは、アフターマーケット専門の部品メーカーにより長い間生産されていた。部品メーカーは各流通チャネルの顧客層のニーズに合わせて、自社ブランドの中でいくつかの異なる品質の部品を設定している。また、機能部品はリビルト部品が広く使用されている。一方、自動車メーカーはディーラーに供給する純正部品の他に、一般市販ルート向けに第二ブランドを設定しており、これは自動車メーカーのデポから直接、市販ルートに販売されている。

ＥＵでは、部品メーカーの独自性が強く、自動車メーカーも部品メーカーの開発した部品をそのまま採用することが多い。そのため部品メーカーが生産して自動車メーカーに相手先ブランドで納品する自動車メーカーブランド品よりも、部品メーカーが独自に販売する部品メーカーブランド品が広く普及している。すなわち、部品メーカーは自動車メーカーに相手先ブランドで納入する他、同仕様・同品質の部品や異なる品質の部品を一般市販ルートに流通させている[231]。ＥＵでは米国にようなアフターマーケット専門の部品メーカーは少なく、ＯＥ部品、自動車メーカーブランド品、部品メーカーブランド品とも OE メーカーが供給しているのが特徴となっている。

（３）補修部品の特性

Ａ．日本

①日本市場の特性

日本では自動車の車種・型式が多く、さらに概ね 4 年に一回、自動車のフルモデルチェンジを行い、ボディのデザイン変更や新型エンジンの搭載などが実施される。また、限定車の投入や設計変更も頻繁で、品番数は膨大なものとなる。ディスクブレーキパッドを例にとると、全自動車メーカーの品番数を合わせると 3,000 品番あり、海外の補修部品メーカーが日本市場に参入するには、同品番数を揃えなければならず、コスト負担が大きくなる。日本車がこのような特性を持つのは、国内の新車市場の競争が厳しく、自動車メーカーとしても自動車の使用者のニーズにきめ細かく対応する必要があるからだといわれている。日本の自動車の使用者は品質に対する要望が高く、感性的な部分にもこだわるため、同一車種においても、グレードにより細かく部品の仕様を変更して、その車両に適合するようチューニングしているため、品番数が多くなるといわれる[232]。

---

[230] 日本の有力ＯＥメーカーは、早くからアフターマーケットに部品メーカーブランドを供給している。自動車メーカーと部品メーカー間の契約において、納入部品が自動車メーカーによって開発されたもの、あるいは両者共同で開発されたものの場合、部品メーカーが納入部品と同じものを第３者に販売するには自動車メーカーの承認が必要とされる。しかし、市販性の高い補修用部品は承認されることが多く、特に近年は、この承認システムによって第３者への販売に支障が生じることはないといわれる。

[231] 英国では自動車メーカーブランド品と同仕様・同品質の部品を部品メーカーブランドで販売している。この部品はパターンパーツと呼ばれている。ドイツでは自動車メーカーブランド品と同仕様・同品質の部品の他に、異なる品質の部品（代替部品）も供給している。

[232] 96年に一部の自動車メーカーより第二ブランドが市場投入され、特に需要の多い主要な消耗部品については共通化が推進された。自社の消耗部品の品番を統合するとともに、他の自動車メーカーの車両にも対応できる品揃

また、日本は部品の共通化が進んでいないことから、欧米に比べて品番数が多いといわれる。日本では一部の自動車メーカーが 96 年以降、第二ブランドを投入するなど共通化の動きはようやく始まったところである。

日本の補修部品流通業者にヒアリングしたところ、海外の補修部品を販売するに当たり、最も重要なのは「日本の市場ニーズとのマッチング」であるという声が多い。新規参入メーカーは、日本の自動車の使用者特性、市場特性を十分に把握し、日本市場のニーズに合う部品を開発することが求められる。日本の自動車の使用者は「乗り心地」など感性的な部分にこだわる傾向が強いといわれる。例えば米国で販売されているタイヤは耐久性を重視しているためゴムの部分が硬く厚く、これを日本市場に輸入すると自動車の使用者は「乗り心地が悪い」と嫌う。ドイツで販売されているディスクブレーキパッドはアウトバーンの高速走行にも対応できる材質となっているが、日本市場ではブレーキ鳴きが大きいと評判が悪い。また、日本ではＤＩＹが発達しておらず、部品の交換は基本的に整備工場が行なっている。日本の整備工場は作業の効率化の面で、再整備や調整など二次作業の発生しない部品を好むといわれる。たとえばＶベルトの交換でも、日本の整備工場は再調整を必要としないでピッタリと収まるベルトを要望する。輸入されるＶベルトは多少オーバーサイズにできている上、取り付け後、しばらく走行してから「張り」の調整が必要となるため、自動車ユーザーに再入庫をお願いしなければならない。このように品質面で問題がない部品でも、整備工場のニーズに合わないと販売面で苦戦するといわれる。

②日本市場の交換需要

ＯＥ部品は、使用される品番も発注量も自動車メーカーから示されるのでこれに対応して生産すれば良いが、補修部品は市場を走行する保有車両から発生する交換需要を予測し、多品種の部品を少量生産することが求められる。新規参入しようとする補修部品メーカーは交換需要を予想し、多品種の部品を生産することが求められる。新規参入の際に、①車両の保有台数が多い、②平均走行距離が長い、③部品の共通化が進んでいることなどの条件を満たせば、１品番当たりの需要が大きくなるためである。しかし、日本は保有台数は比較的多いものの、自家用乗用車の年間平均走行距離が他の諸外国と比べて短い。また、一般に車齢が10年を超えると補修部品の交換需要が増えるといわれているが、日本は車齢が10年を越える車両は全保有台数の中の13%にしか満たない。日本の乗用車の平均使用年数は9.96年[233]であり、交換需要が増える前に廃車されているのが実態である。

Ｂ．海外

欧米諸国では、車種体系が日本に比べてシンプルであり、イヤーモデルの形で小さな改良が毎年加えられるだけである。エンジンなどの主要装置は発売当時のものを継承しており、10～20 年前に開発された部品が継続して使われる例も多いという。また、日本の自動車の使用者が要求するような「乗り心地」よりも、機能を重視し、「走る、止まる、曲がる」などの基本性能に優れていれば評価される。例えばディスクブレーキパッドでも「ブレーキ鳴き」を気にする自動車の使用者はほとんどいないという。部品メーカーの開発した品質・性能の優れた部品は、複数の自動車メーカーが採用することも多く、自動車メーカー間での部品の共通化が進んでいる。このため補修部品の品揃えは日本に比べて容易である[234]といわれる。

欧米諸国は日本に比べると補修部品市場の規模が大きい。米国では、乗用車の平均使用年数は長く、平均年間走行距離も日本の約 2 倍であり、車齢が 10 年を超える車両が全保有台数の 40%を占めている[235]。ＥＵ諸国でも車齢が 10 年を越えている乗用車の割合は英国が 27%、フランス 30%、ドイツ 23%など日本と比べて高い。

えとなっている。

233 2000年３月末

234 ディスクブレーキパッドを例にとると、米国市場における米国車のディスクブレーキパッドは390品番でカバーできるが、日本市場では3,000品番揃える必要がある。

235 自動車装備品製造業協会(Motor Equipment Manufacturers Association：MEMA)によれば、補修部品支出の約47%は、10年超の中古車に使われている。

（4）整備工場における部品調達

A．日本

車両に組み付けられる部品は車種ごとに異なっているため、補修部品を購入するにあたり、車両に適合する部品の品番を検索する作業が必要となる。

日本の整備工場は大半の部品を地域部品商から調達している。地域部品商は部販・共販やディーラーから自動車メーカーブランド品を仕入れ、部品商社より部品メーカーブランド品を仕入れて整備工場に供給している。整備工場は整備後のトラブルや、自動車の使用者からのクレームを心配する。そのため、部品の選定基準は、まず品質を重視し、最終的には品質とマージンを勘案して使用する部品を決めている。使用する部品はあらかじめ地域部品商に品目毎にブランドを指定しておき、顧客の要望で変更のあるときだけ、注文時に指定することが多い。整備工場は一部の消耗部品を除き、部品在庫を置かず、整備対象の車両情報（車種・年式・その他）と必要な部品名を地域部品商に電話もしくはファックスで伝え、地域部品商が部品番号を検索し、自社に在庫があれば出庫し、在庫がなければ部販・共販や部品卸商等から調達して整備工場に届けている。整備工場にはコンピュータシステムが導入されており、部品データが登録されているが、これは概算見積書の作成に使われるだけで、品番検索を行なうことはあまりないといわれる。なお、地域部品商と整備工場をオンラインで結ぶユーザー・オーダー・エントリーシステム（ＵＯＥ）も開発されているが、普及はこれからといわれている。整備工場への地域部品商の配送は定期配送便と、注文があれば配送する臨時便がある。定期配送は注文の状態や地域に交通事情により異なり、午前１便、午後２便というものから、１時間に１回配送場合もある。臨時便は定期配送に間に合わなかった注文を緊急に届けるものである。多くの部品商は定期便と臨時便を組み合わせて、得意先に対しては１日５～６回程度の配送を行なっている場合もある。しかし、整備工場での部品需要は減少傾向にあり、部品商も従来のような頻繁な配送を行っていたのでは、採算が合わなくなってきているという声もある。

B．海外

米国の整備工場は様々なルートから部品を調達している。小規模な整備工場の大半は、ジョバー（地域流通業者）に電話で注文する。整備工場では電子部品カタログ（ＥＰＣ）を導入しておらず、ジョバーに必要な部品を連絡し、ジョバーは、通常1日２回程度の配送を行なう。整備工場は、ジョバーに必要な部品在庫が無い場合には他のジョバー、部品小売店、ディーラーに電話で注文する。米国の部品小売店はＤＩＹ顧客向けの部品を店頭販売するだけではなく、整備業者向けの卸売販売も実施している。また、米国のジョバーは自動車メーカーブランド品を扱わないので、必要なときは整備士がディーラーの店頭[236]に出向いて購入する場合も多いという。これに対して、大規模な整備工場はコンピュータ端末を複数の大手部品流通業者と結び、必要な部品を検索して自動的に注文している。最近ではインターネットによる部品注文ができるサイトも立ち上がっており、整備工場が部品を注文する時間を大幅に短縮することができることから利用者が増加している。しかし、その一方で米国では日本のように地域デポが充実していないためインターネットで発注した部品は地域によっては配送日数がかかるという問題を抱えている。

英国では、整備工場は大半の部品をモーター・ファクター（地域流通業者）から、一部をディーラーから調達している。整備工場は部品の紙カタログを持っているが、自ら検索は行わず、モーター・ファクターに連絡し、検索してもらった部品を配送してもらう。部品の配送は無料であり、大半のモーター・ファクターは地域ごとに拠点をおいている場合が多いので、注文してから通常は１時間以内に配送される。

ドイツ、フランスでは整備工場はディーラーから自動車メーカーブランド品を仕入れ、部品メーカーブランドなどの部品メーカーブランド品を卸売業者から仕入れている。どちらの国でもい

[236] 全国自動車販売業者協会（ＮＡＤＡ）によれば99年のディーラーの補修部品売上の29.8%が整備工場や一般のＤＩＹ顧客への卸売販売であった。

くつかの部品メーカーが整備業者のグループ化を図っており、こうしたグループに属する整備工場では、部品メーカールートからの供給が主体となっている。

（5）補修部品の品番検索

A．日本

①補修部品の品番情報の開示

日本に新規参入しようとする補修部品メーカーにとってカタログ情報[237]を入手することは非常に重要である。補修部品市場に新規参入するためには、自社の補修部品がどの車両に対応するかという情報を提供しなければならないが、特に日本のように部品の共通化が進んでいない市場に参入する場合、カタログ情報を入手することは必須となる。日本でカタログ情報を把握するには自動車メーカーが補修用に供給する部品の品番情報が必要となるが、その入手は難しいといわれる。日本の自動車メーカー各社は80年代より自動車メーカーブランド品の品番情報の開示は行っているが、開示の対象が限定されており、オープンに品番情報を提供するシステムがまだ構築されていない。現状では、部品メーカーの中で自動車メーカーにＯＥ部品を納入している企業は自社製品についてはカタログ情報を持ち、補修部品を販売してきた非自動車ブランドメーカーは市場から自動車メーカーブランド品を購入するなどの企業努力によりカタログ情報を蓄積している。しかし、これに対してＯＥ部品の納入の実績も少なく、日本の補修部品市場での販売実績も少ない海外部品メーカーは、カタログ情報の入手にコストが掛かるといわれる。

②補修部品の品番検索

日本では部品の検索作業は部販・共販や地域部品商が行う。

地域部品商等が活用する品番検索システムとしては、以下の３つが挙げられる。

ａ 自動車メーカーの品番検索システム

自動車メーカーブランド品の品番を検索するためのシステムで、ディーラーのサービス拠点の他に、部販・共販を通して部品商に導入されている。87年に各メーカー内で初の品番検索システムが開発され、現在は国内自動車メーカー11社が（社）日本自動車工業会の統一システムに相乗りしている。イラスト画面で確認しながら発注が行なえるため、外装部品や機能部品の検索には便利で広く活用されている。UOE（ユーザー・オーダー・エントリーシステム）とも融合しており、必要な車両情報（年式、型式等）を入力すれば即座に品番を検索し、同一画面で発注を行ない、在庫確認もできる。

ｂ 優良部品を扱う商社の品番検索システム

優良部品を扱う部品卸商社は自社が取扱う消耗部品を中心に品番検索システムを開発し、取引先の地域部品商に提供している。同システムにより自動車メーカーブランド品と対応する優良部品の品番（複数銘柄）が検索できる。

ｃ 全国自動車部品商団体連合会（全部連）の推奨システム「パーツマン」

（社）全国自動車部品商団体連合会（全部連）は81年に電算機利用研究会を設置し、部品商の業務合理化に向けた検討を開始した。この検討項目の一つとして、コンピュータを利用し、純正部品や優良部品等の複数のブランドの部品情報をデータベース化し、車両に適合する部品を検索する（通常、"品番翻訳"という）システムの構築が挙げられた。この時に全部連側から自動車メーカーに純正品番情報提供の依頼があり、85年頃から品番情報が提供されている。全部連はシステムが開発のパートナーとなるソフトウェア会社を募集し、そのうち１社を選定し、83年に同社から自動車部品商システム「パーツマン」が発売された。なお、2001年４月より全部連は特定のソ

[237] 自動車メーカーが提供している「品番情報」は品番に対応する品名（ディスクブレーキパットなど）と価格をリストにしたものである。「カタログ情報」とは、品番情報とその品番がどの車両に適合するかという情報がセットとなっており、カタログ情報となって、初めて実際の業務で活用できる。

フトウェア会社のシステムの推奨を取りやめた。これに伴い、パーツマンに関係する業務からも撤退、自動車メーカーの品番情報の窓口では無くなった。今後の品番情報の提供については、自動車メーカー各社が独自の判断で実施することになった。

前述のa.、b.はいずれも品番検索に特化したシステムであるが、c.の部品商システム「パーツマン」は、品番検索に止まらず、概算見積り書、請求書の発行、販売管理、仕入管理、在庫管理なども行なえる。品番検索については全部連を通して提供された純正品番情報をカタログ情報に変換し、統一的な品目コードで検索できるようにデータベース化されている。さらに、これに部品メーカーブランド品（国内及び外国部品メーカー）のカタログ情報を結合させており、自動車メーカーブランド品の品番から即座に対応する部品メーカーブランド品の品番を検索することができる。「パーツマン」は需要の多い消耗部品について約 60 程度の品目コードを覚えてしまえば、簡単に品番検索が行なえる。また、地域部品商は自社の取扱いブランドの中から顧客のニーズに合う部品を選択することができる。地域部品商は部販・共販、優良部品を扱う商社など多方面から補修部品を調達しているため、各ルートが供給する部品を１台のコンピュータで検索でき、納品書や請求書を即座に発行できる「パーツマン」が便利であり、業務の効率化に役立っているといわれる。しかし、「パーツマン」が行っているカタログ情報の変換作業は膨大なコストと労力が掛かるため、一部のシステム利用者からは「システム価格が高い」「情報の更新に時間がかかる」との声もある。部品商システムには「パーツマン」の他にもソフトウェア会社数社が参入しているが、企業間の競争が無いため、システム導入コストは下がらず、顧客のニーズに合わせたシステムの多様化が進まないとの指摘もある。

③ IT（情報技術）の進展が補修部品の流通に及ぼす影響

IT（情報技術）化の更なる進展により、補修部品の流通において大きな変化をもたらすことが予想される。最近では整備工場を対象にしたインターネットで補修部品・用品を販売するサイト[238]が立ち上がっており、徐々に利用者が増加している。また、自動車の使用者を対象に部品・用品を販売するサイトも増加している。これらのサイトはサプライヤーからの商品情報をデータベース化し、自動車の使用者がウェブ上で自由に商品を検索して購入できるようになっている。部品・用品の販売で必要とされる取付けサービスについては、ガソリンスタンド[239]などピットサービスが可能な店舗に商品を直送することで対応している。

B．海外

米国では、自動車メーカーは自社のカタログ情報を同社が承認するＥＰＣ（エレクトリック・パーツ・カタログ）ベンダーを通じて同社のディーラーにのみ提供している。その他の顧客からカタログ情報提供の要望があった場合は、同社が個別に判断し、自社にメリットがあると判断した場合、ＥＰＣベンダーから提供することを承認している。なお、販売価格はディーラーの専権事項であることから、ここで提供される情報も、カタログ情報から価格情報を削除したものとなっている。一方、部品メーカーは自社の部品のカタログ情報は、品番情報を専門に扱うカタログディストリビューター会社が作成している。カタログディストリビューターは各メーカーから提供されたカタログ情報を統合させて部品流通会社や部品小売店等に販売している。部品流通会社は購入したシステムを自分達のネットワークのコンピュータに組み込むなどカスタマイズして使用している。部品小売店やジョバー（地域流通業者）に導入されているシステムは品番検索、受

---

[238] システム・ジャパンは 97 年に自動車関連専門ホームページＡＯＳ（オートモービル・オンライン・サービス）を開設した。現在、1000 社の整備工場がＡＯＳの会員となりＥコマースを行なっている。
ＡＯＳで購入できる商品はエンジンオイル、ケミカル、ディスクパッド、タイヤ、アルミホイール、チャイルドシート、リモコンエンジンスターター、オーディオ、ナビゲーションなどである。

[239] 2000年５月より営業を開始した「イー・ショッピング・カーグッズ」はインターネット上で部品・用品情報を検索、注文し、日石三菱の展開する全国のＧＳＳにおいて商品の受取や取付けなどのサポートを受ける。コスモ石油もオートバイテル・ジャパンと提携し、同様のサービスを実施している。

注、発注、請求書の発行等事業に必要な全ての機能を統合するコンピュータシステムとなっており、来店した顧客の車両データ（車種、年式等）を入力し、部品の品番、価格のリストを画面に表示する。ほとんどの部品には２つか３つの選択肢（ナショナルブランド、プライベートブランド、低価格ブランドなど）があり、品質優先、価格優先など顧客のニーズに合わせて選択できる。このように米国では一定の契約条件の中で自由にカタログ情報の売買が行なわれており、顧客のニーズにマッチした、使いやすいシステムを目指しソフトウェア会社の競争が行なわれている。また、ソフトウェア会社の新規参入も活発である。

ＥＵでは、部品メーカーの独自性が強く、自動車メーカー各社は部品メーカーの開発した部品をそのまま採用することが多いため、部品メーカーが多くの情報を持っている。またＥＵ規制[240]において、自動車メーカーは全ての取引先にその製品の修理やメンテナンスに必要とされる技術情報を提供することが義務付けられている。

英国では、部品メーカーが作成するカタログにより品番を検索している。

ドイツでは、一部の自動車メーカーがディーラーと同じサービス技術情報を非契約整備業者に有料公開している。また、整備業者の業界団体などが中心になり技術情報流通のためのデータバンクがいくつか設立されている。98 年から民間の情報サービス会社が MultiCat という自動車部品のデータバンクシステムを部品メーカーや整備業者に提供している。同システムは最も需要の集中している 370 車種に関して自動車メーカーブランド、部品メーカーブランドの品番、製品情報、メーカー希望小売価格を掲載している。

フランスでは、部品メーカーが作成する電子部品カタログ（ＥＰＣ）による品番検索システムが使われている。

２．補修部品の価格と自動車使用者の意識調査

（1）ディーラー、整備工場での部品の選定要素と価格の設定方法

A．日本

日本では、ディーラーは部品の交換に自動車メーカーブランド（純正部品、第二ブランド）を使用し、メーカー希望小売価格で販売するケースが殆どである。しかし、一部のメーカーが品番、価格を統合した第二ブランドを市場投入してからは在庫しやすいことが評価され、これをメインに使用するディーラーも増えてきた。第二ブランドの希望小売価格は純正部品に比べ５～10%程度安いが、販売においてはサービスメニューに組み込まれ、工賃とセットの割安な価格で提供されることが多い。また、入庫促進キャンペーンなどにより低価格で提供される場合もある。

整備工場では品質とマージンを勘案し、自動車メーカーブランド品、部品メーカーブランド品、さらに中古部品、リビルト部品の中から使用する部品を決めている。部品の販売価格は自動車メーカーブランド品、部品メーカーブランド品の希望小売価格をそのまま流用することが多いといわれる。カーショップ等では部品メーカーブランド品の他、需要の多い部品についてはプライベートブランドを販売する事もある。整備業チェーンなど一部の整備工場では、様々なサービスメニューを設定し、自動車の使用者に分かりやすく価格を請求するため、それぞれの部品の希望小売価格をではなく、統一価格で表示して販売されることもあるという。日本のディーラーの部品マージン率は平均すると 34%、独立系整備工場（専業工場）の部品マージン率は 21%程度[241]である。部品のマージン率は品目により異なり、一般に事故や故障により需要の発生する外装部品や機能部品のマージン率は低く、消耗部品については高いといわれる。例えば、整備工場で外装部品を

---

[240] 95 年 6 月 28 日付け欧州規制 N°1475/95 第 6 条。自由競争に例外的に適用されている特別措置（自動車業界に認められている排他的/選択的取引）を認めないケース。

[241] 「平成11年度自動車分解整備業実態調査報告書」（国土交通省）のデータ（部品材料原価と部品材料売上高）より推計。

使用した場合は 10%程度のマージンがあるといわれるが、優良部品を使用した場合、ディスクブレーキパッドで 35%～40%、オイルフィルタでは 40%～45%程度のマージンがあるといわれる。

96 年以降、自動車メーカー各社が汎用性が高くかつ純正部品より低価格な第二ブランドを投入したことを契機に流通段階での競争が激化し、部品メーカーや部品商社、部販・共販の出荷価格は低下傾向にある。一方、整備市場では規制緩和による車検整備料金の低価格化が進行するとともに、市場競争が激化した【規制の影響については、関連資料７－２参照】。こうした中で有力な整備工場は部品のマージン率を上げるため、部品商に一本化していた部品調達ルートを広げ、様々なルートから部品を調達するようになった。オイル、ケミカル、バッテリーなどの汎用品は専門業者より低価格で仕入れたり、ブレーキ関係のリビルダーが新品のディスクブレーキパッド、オイルフィルタ、Ｖベルトなどを供給する例も増えてきた。さらに中古・リビルト部品の利用も広がっている。また、整備業チェーンなどでは部品の共同購入も推進され、一部のメーカー等によるインターネットを利用した部品の直売も始まっている。このように、既存ルート以外での調達が広がり、部品の柔軟な価格設定が可能となってきたことにより、品質が良く低価格な部品を有する部品メーカーの市場参入の機会がさらに拡大すると期待されている。

整備市場には様々なブランドの部品が流通しているが、日本の平均的な自動車の使用者の部品に対する知識は不足しており、整備工場等でも使用する部品について充分なオプションが使用者に示されていないというのが実態である。このため、自動車の使用者の段階では実質的に競争原理が充分に働いていないといわれる。ジェトロが実施した調査によると、部品により多少の差はあるものの、補修部品の販売価格は部品メーカーブランド品の方が自動車メーカーブランド品よりは概ね安い。自動車メーカーブランド品の価格を 100 とすると 98 年式のディスクパッドの場合は 93.3%、オイルフィルタ＆エンジンオイルで 84.4%、バッテリーは 71.3%であり、自動車の使用者に知られている部品ほど価格差が拡大していることからも、当該部品に対するユーザーの知識が深いほど競争原理が働き、選択肢が広くなっていると言えよう【補修用自動車部品価格の国際比較調査についての詳細は、関連資料４を参照】。

今後、整備工場は自動車メーカーブランド、部品メーカーブランド、中古・リビルト部品など多様な補修部品の存在と価格を提示し、自動車の使用者が自由に選択できる取引体系を構築していけば、この分野の市場競争はさらに活発化していくと予想される。

Ｂ．海外

米国では、整備工場が部品価格と工賃を自由に設定している。多くの整備工場は部品の仕入価格に一定率（15～30%）を加算している。自動車の使用者が利用できる整備工場は数多く存在しているので、競争により同一地区の部品価格に大きな格差はでてこないという。

英国のディーラーは自動車メーカーブランド品をメーカーの希望小売価格で販売している例が多い。整備工場がディーラーから自動車メーカーブランド品を仕入れた場合もメーカーに希望小売価格が運用される。整備工場が独立系の市販ルートから部品を仕入れた場合、仕入れ価格に通常 10%のマージンを載せるが、場合によっては 15%の場合もある。英国では自動車メーカーブランド品と独立系市販ルートの交換部品との自動車の使用者販売価格は大きな差が見られる。

ドイツでは自動車の使用者がほとんど価格交渉を行わないため、ディーラーで販売される自動車メーカーブランド品は、メーカーの提示した非拘束推奨価格[242]がそのまま販売価格となっている。自動車の使用者団体からは自動車業界の非拘束推奨価格制度への批判も出ている。

フランスのディーラーは、自動車メーカーブランド品をメーカーの小売希望価格で販売している。整備業者では、自動車メーカーのマークに対する信頼度は高くブランドイメージが依然強力

[242] UPE：拘束性がないことを明確に表示したうえでの推奨価格表示が認められている。「競争制限禁止法（*Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen*）38条ａの例外規定で、一定条件下でブランド商品における非拘束推奨価格が認められている。自動車流通業界では特に部品流通において妥当な価格の目安となるという理由でUPEが支持されている。

である。整備業者は、部品価格、マージンともに自由に設定している。独立系流整備工場への商品流通では、ディーラーが提供する整備サービスに比較して、マージン率は高い。

（2）部品価格と工賃の自動車の使用者への提示方法

A．日本

日本では整備料金の明確化を図るため、整備事業者団体は概算見積書の発行を推進してきた。今回、ジェトロが実施した自動車の使用者意識調査[243]によると「整備業者からいつも見積書の提示を受けている」との回答は44.4%、「見積書を要求した場合のみ提示される」は19.8%、「見積書を提示してもらったことがない」は35%であった。また、整備料金について聞いたところ、自動車の使用者の 49.8%が「部品料金、工賃など明細をチェックして、納得してから支払いたい」としている【日本の自動車使用者の意識調査についての詳細は、関連資料５を参照】。

整備工場が車検入庫に先立ち発行する概算見積書には、工賃と部品価格、代行手数料、税金等の明細が記されている。部品価格については、従来は手作業で計算していたため、作業に時間がかかり概算見積書の発行が遅れる場合もあった。しかし、最近は自動車整備業向けのコンピュータシステムが普及し、これらのシステムが提供する部品価格情報をベースに概算見積書が即座に発行できるようになっている。また、工賃についても日本自動車整備振興会連合会（日整連）の作業点数表がプログラムされており、各事業所のレバーレート[244]を入力すれば自動的に工賃が計算される。これにより自動車の使用者は事前に整備料金をチェックできるようになっている。また、ディーラーや整備業チェーン、カーショップなどでは車検整備やクイックサービスのメニュー化が進み、チラシ、パンフレット、店頭表示などで価格の明確化が進んでいる。

B．海外

米国では多くの州で整備工場が整備見積書を提出することを義務付けている[245]。見積書には部品価格・工賃の内訳を記載し、実際の修理が見積もりを大幅に超過する場合は追加作業を行う前に顧客に確認する必要がある。また、多くの州で部品を交換した時、整備工場が取り替え済みの古い部品を返却することを義務付けている。

英国では、多くの整備工場で部品価格と工賃を提示しており、提示方法は文書での要求をされる場合を除き、通常は口頭で行われている。部品を交換する際に使用した部品を自動車の使用者へ説明する法的義務は無いが、整備工場は交換部品の選択肢が複数ある場合、自動車の使用者に対し、どの部品が適切であるか等を説明し、もしくは割安なパターンパーツを使用するかなどを自動車の使用者に選択させる。ディーラーは「定額サービス制[246]」を導入し、基礎的な点検やオイル交換からメーカーのスケジュールに沿ったフルサービスまで、主なサービスをメニュー化し、顧客に費用を分かりやすくしている。このサービスは欧米のディーラーでは一般的である。

ドイツでは、整備工場は部品価格や工賃を予め自動車の使用者に提示する。部品価格は非拘束メーカー推奨価格をもとに整備工場が独自に決めたもので、チェーン店ではチェーン本部が決める場合が多い。小規模な整備工場ではメーカーのカタログと価格表をそのまま利用するところもあるが、通常はコンピュータにより部品を検索し、同時に価格も引き出す。工賃は作業時間にレバーレートを乗ずるのが普通だが、多くの標準的な部品には予め一定の工賃を表示しており、実際の作業時間に関係なく取り付け費が予め自動車の使用者にわかるようになっている。

---

[243] 2000年12月実施。対象者：週１回以上運転する自動車自動車の使用者

[244] 時間あたり工賃で通常、工場毎に設定される。

[245] 自動車補修部品産業協会と自動車整備修理協会の報告書によれば、米国の半数以上の州が見積書、請求書、顧客への開示、看板に関する規則を守ることを義務付けている。

[246] fixed-price servicing

フランスでは「消費法[247]」により、他の業種と同様に整備工場での部品価格と工賃は、自動車の使用者に向けに掲示することが義務付けられている。一般に部品価格と工賃を個別に提示しているところは少なく、部品、点検、整備を一括した料金が提示されることが多い。不必要な部品の交換、整備後の不調等、整備サービスの質への不満が原因で係争が発生することも多いため、実際に整備を依頼する前に、いくつかの業者に見積書を作成してもらい価格を比較する自動車の使用者が多いといわれている。

（3）自動車の使用者の意識

A．日本

日本の自動車の使用者は自ら自動車の整備を行うことが少ないことから補修部品の価格に対する関心が低いといわれる。ジェトロが実施した自動車の使用者アンケートによると、自動車の使用者はカーショップなどで売られている品目については市場価格を把握しているが、主に整備工場で交換されるディスクブレーキパッド、Vベルト、クラッチディスクなどの価格は認知度が低いという。部品の種類については自動車メーカーブランド品（特に純正部品）の認知度は72.9%と高いが、部品メーカーブランド品（優良部品、海外ブランド等）は30%以下である。ただし、整備工場では自動車メーカーブランド品の他に部品メーカーブランド品も使用されていることは86.6%が認識していた。また、整備の時に使用する部品の選択は「、自動車メーカーブランド品、部品メーカーブランド品などの品質、価格の違いを聞いて選びたい（79.9%）」と「性能が同じなら価格の安い部品メーカーブランド品を選びたい（59.6%）」との回答が高く、品質が良く価格競争力のある補修部品であれば自動車使用者は歓迎するものとみられる。「今後、知りたい部品情報」としては部品の価格と交換基準との回答が 7 割に達しており、補修部品の交換は整備業者に依頼するにしても、交換時期とコストについて「自己管理」したいという意欲がうかがえる【日本の自動車使用者の意識調査についての詳細は、関連資料５を参照】。

B．海外

米国では自動車の使用者の属性により自動車の整備の方法や依頼先が異なる傾向にある。一般に富裕な新車所有者はディーラーで自動車メーカーブランド品による整備を好み、貧困層または中古車所有者は自動車部品店で部品を購入し自分で修理するか、安く修理を引き受けてくれる整備工場に依頼する。しかし、日本と比較すると米国では自動車使用者が自ら部品購入して、整備するDIYが進んでおり、一般に整備業者に依頼することは好まないといわれる。また、DIYが進展していることから、自動車の使用者が部品を自ら購入するため価格に対する意識は日本に比べて高いといわれている。

ＥＵでは、自動車の使用者の整備に対する意識は、DIY が発展した米国ほどは高くないといわれている。英国やドイツでは、自動車の修理・整備サービスについてはディーラーを利用する自動車の使用者が多い傾向にある。英国の自動車の使用者アンケート[248]によれば修理に出す際の要素として「サービスの質」（51%）、「信頼性」（40%）との回答が「低価格」（34%）、「費用の明確性」(23%)よりも多いとの結果がでている。フランスでは整備工場においては自動車メーカーブランド品にこだわるブランド指向が強い整備士が多い一方で、自動車の使用者はカーショップ等、ディーラー以外を利用する人の割合は増えている。

---

[247] *Code de la consommation*

[248] 消費者調査会社BMRMによる

関 連 資 料

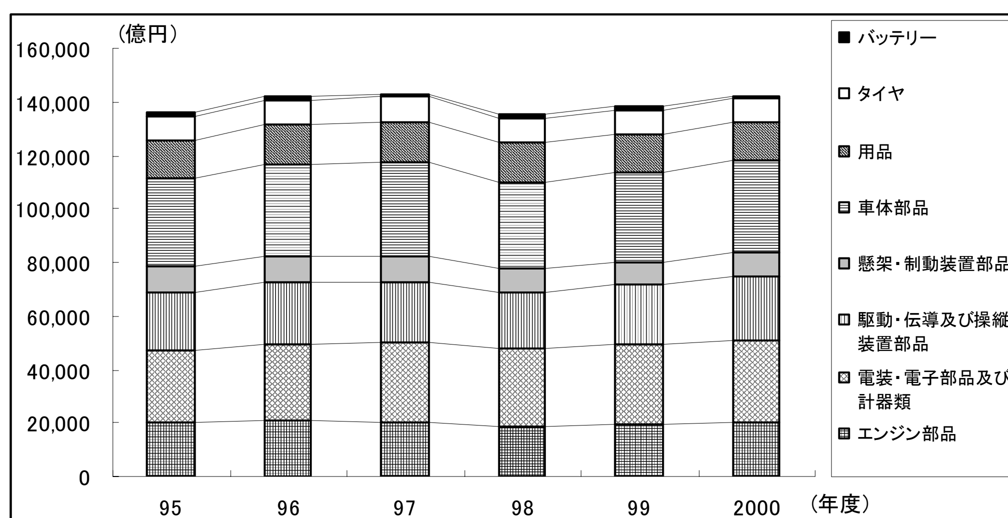
関連資料１．自動車部品市場に関する日本の関連データ

１－1. 自動車部品の市場規模

（1）自動車部品の品目別市場規模の推移（出荷額ベース）

（単位：億円）

	95年度	96年度	97年度	98年度	99年度	2000年度
エンジン部品	20,310	20,561	20,128	18,911	19,719	20,390
電装･電子部品及び計器類	26,708	28,527	29,752	28,717	29,361	30,690
駆動･伝導及び操縦装置部品	22,092	23,131	22,576	21,052	22,642	23,862
懸架･制動装置部品	9,727	10,045	9,883	8,771	8,490	8,794
車体部品	32,870	34,487	34,752	32,746	33,550	34,022
用品	14,258	14,694	15,160	14,446	14,221	14,694
小計	**125,965**	**131,447**	**132,251**	**124,643**	**127,983**	**132,452**
タイヤ	8,907	9,314	9,598	9,410	9,112	8,625
バッテリー	1,096	1,055	968	912	902	919
合計	**135,967**	**141,816**	**142,817**	**134,966**	**137,997**	**141,996**



（注）出荷額ベース。小計は、日本自動車部品工業会発表の自動車部品出荷額。
（資料）社団法人 日本自動車部品工業会「自動車部品出荷動向調査」、経済産業省「機械統計年報」より作成。

（2）自動車部品の需要先別市場規模（2000 年度、出荷額ベース）

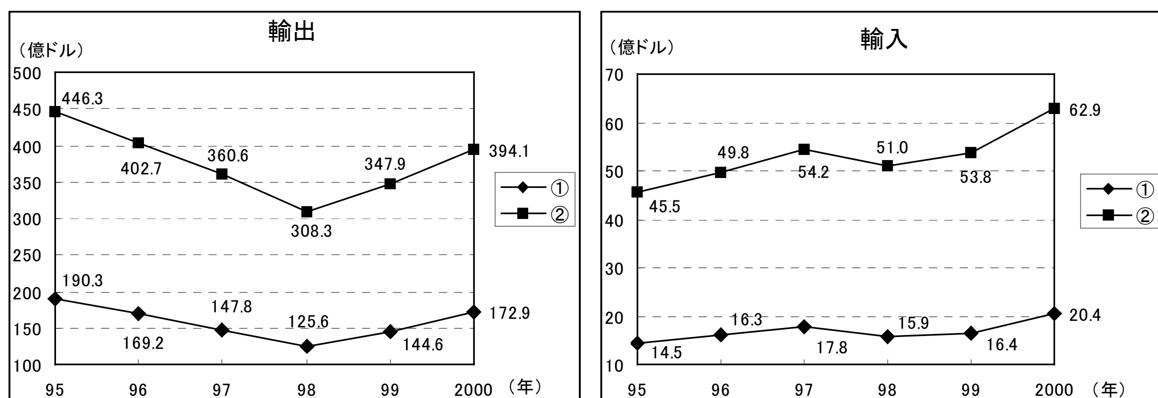
単位：億円

	市場規模	構成比
自動車部品	132,451	100.0%
新車組み付け部品	100,584	75.9%
補修用自動車部品	13,224	10.0%
自動車メーカールート	4,282	3.2%
部品メーカールート	8,942	6.8%

（注）出荷額ベース。自動車部品の市場規模は、上記表の小計に相当。
　　補修用自動車部品の自動車メーカールートには、部販・共販向け出荷を含む。部品メーカールートは、部品メーカーが直接、一般市場に販売するためのルート。
　　部品メーカー間の取り引きがあるため、新車組付け部品と補修部品の計は 100%にならない。
（資料）社団法人 日本自動車部品工業会「自動車部品出荷動向調査」より作成。

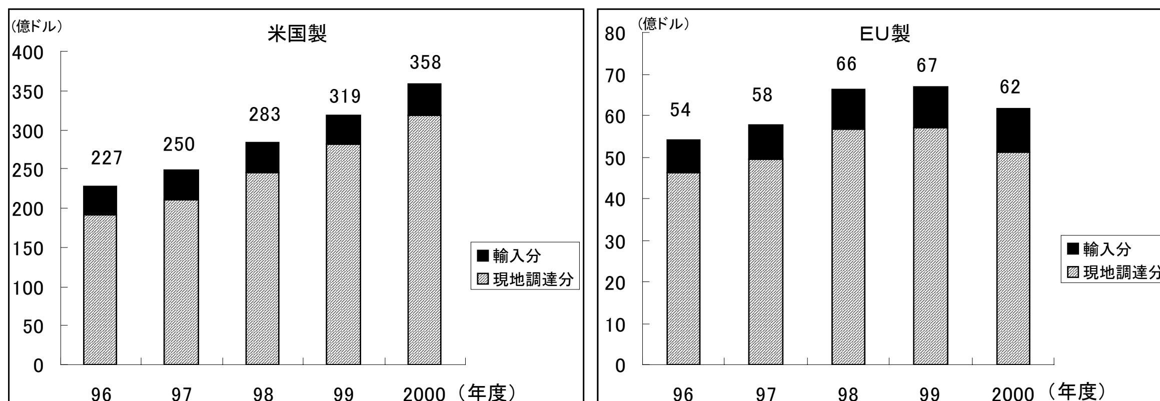
1－2. 自動車部品の貿易

（1）自動車部品の貿易額の推移（通関ベース）



(注)通関ベース。
①は、財務省「外国貿易概況」で定義された分類（HS8707：車体、HS8708：部分品及び付属品）。
②は、①にエンジン、タイヤ、自動車用ガラス、ばね、バッテリー等を加えた広義の自動車部品。
(資料)財務省「通関統計」よりジェトロ作成。

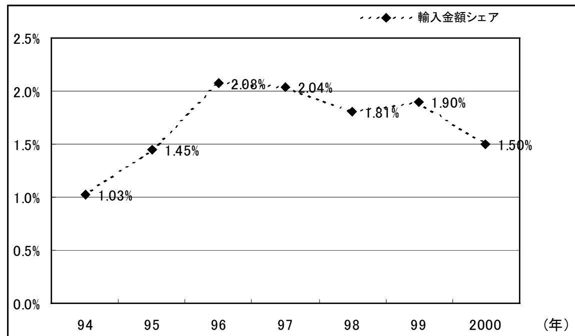
（2）自動車メーカーの外国製自動車部品購入実績の推移



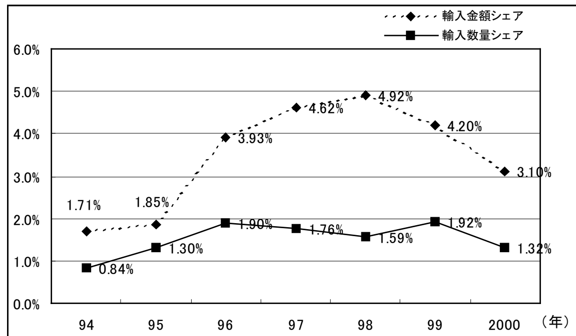
（注）日本自動車工業会の会員自動車メーカーおよびその現地法人による外国製自動車部品の購入実績。
96 年度は、本田技研工業（株）を除く（未公開）。
（資料）社団法人 日本自動車工業会資料より作成。

（３）自動車部品の輸入シェア

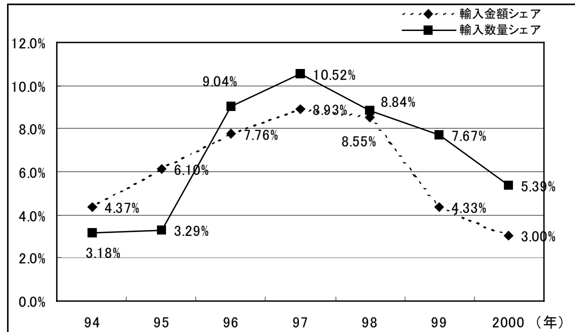
マフラー



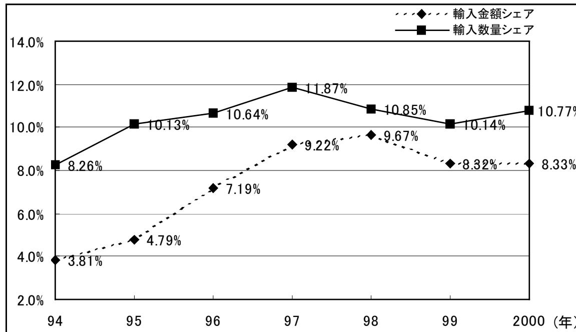
ショックアブソーバ



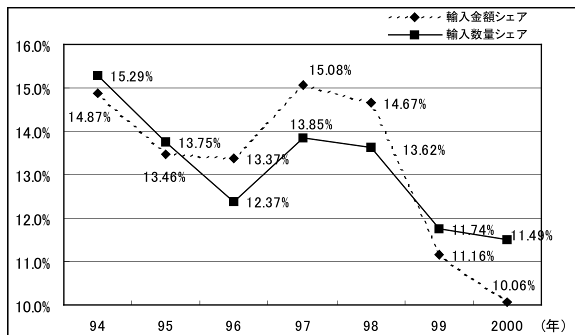
スパークプラグ



バッテリー



タイヤ（乗用車用）



（注）輸入シェアの算出方法は次の通り。

輸入シェア（%）＝ 輸入÷ 内需（国内生産－輸出＋輸入）×100

（資料）下記より作成。

マフラー：財務省｢通関統計｣(HS870892:消音装置及び排気管)、経済産業省｢機械統計｣(排気管及び消音器)

ショックアブソーバ：財務省｢通関統計｣(HS870880:懸架装置用ショックアブソーバ)、経済産業省｢機械統計｣(ショックアブソーバ)

スパークプラグ：財務省｢通関統計｣(HS851110:点火プラグ)、経済産業省｢機械統計｣(点火栓(プラグ))

バッテリー：財務省｢通関統計｣(HS850710:ピストンエンジンの始動に使用する種類の鉛蓄電池)、経済産業省｢機械統計｣(蓄電池 自動車用･二輪自動車用)

タイヤ(乗用車用)：財務省｢通関統計｣(HS401110:乗用車用タイヤ)、経済産業省｢ゴム製品統計｣(自動車タイヤ 乗用車用)

１－３．自動車部品の調達構造

自動車産業に代表される加工組立産業は、多くの企業の分業により成り立っている。自動車は２～３万点の部品で構成されているが、それぞれの構成部品は車種・車型により異なっていることから、大企業でも全てを内製化することは出来ない。膨大な数の構成部品の生産・加工・組立作業の工程を多数の企業で分業して行なうことが自動車産業の特徴である。１つの部品が遅れただけでも自動車の最終組立ラインはストップしてしまうことから、生産スケジュールに沿って複数の企業が各々の責任を果たす仕組みを形成することが、自動車を効率的に生産する上で重要である。

自動車産業が分業を伴うのは日本独自の傾向ではなく、世界共通である。自動車の生産過程を効率化しようとすれば、それぞれの役割を担う各企業や各部門がプロジェクトグループとして有機的に結びつかねばならない。日本の自動車生産で広く採用されているジャスト・イン・タイム生産システムは、「カンバン」という独自の情報伝達方式により、過剰在庫や過剰労働力を徹底的に排除しコストの削減を可能にしている。欧米の自動車業界でもこの生産方式は効率的であると注目され、世界中で採用されるようになった。

＜日本の自動車生産システムの特徴＞

日本の自動車生産システムは、自動車メーカーと直接取引している一次部品メーカー（約 400 社）の下に、二次部品メーカー、三次部品メーカー、さらに四次、五次の部品メーカー群が続くピラミッド構造となっており、二次部品メーカー以下の企業群は約 1 万社あると見られ ている。

①自動車メーカーと一次部品メーカーの関係

日本では自動車メーカーが直接取引きしている一次部品メーカーが重要な役割を果たしている。一次部品メーカーは単に自動車メーカーから示された図面を基に部品を生産しているだけにとどまらない。一次部品メーカーはステアリング機構、ブレーキ装置、照明装置など多くの部品を組み合わせた機構・装置として受注して、自動車メーカーから示された車両コンセプトや各機構・装置に求められるスペックに合わせて設計・開発を行う。これがデザイン・インと呼ばれるシステムで、自動車メーカーのエンジニアと部品メーカーのエンジニアが開発初期段階から情報を共有化し、部品メーカーのエンジニアが作成した図面を自動車メーカーが承認する（承認図方式）事で、部品の開発プロセスの効率化を図っている。そのため一次部品メーカーには優れた技術・開発力が求められており、積極的に自動車メーカーに自社の開発した新技術・新機構を提案することもある。

②一次と二次部品メーカーの関係

一次部品メーカーは二次以下の部品メーカーから部品を調達して組立、自動車メーカーの生産ラインにユニット納入している。二次部品メーカーは個別分野の専門メーカーで大手企業が多い。二次部品メーカーはベアリング、オイルシール、スプリング、プラスチック材料のプレス加工メーカーなどユニットの構成部品を生産し、自動車部品に限定せずに広く機械産業に構成部品を納入している企業も含まれる。また、最近では自動車の電子制御化が進んでおり、半導体や電子部品も多く使われている。優れたエレクトロニクス技術を持つ電機メーカーも二次部品メーカーである。二次部品メーカーは時として一次部品メーカーよりも大手企業の場合もある。一次部品メーカーは品質、コスト面で最も競争力のある専門技術を持つ部品メーカーから部品を購入している。なお、三次以下の部品メーカーは、こうした二次部品メーカーに部品を納入している中小のメーカー群である。

③自動車メーカーと部品メーカーの取引

日本における自動車の生産において自動車メーカーと部品メーカーは分業関係にあり、デザイン・インと呼ばれる共同開発が推進される等、密接な関係を持っているが、自動車メーカーの取引先は広範囲に及ぶ。日本の一次部品メーカーの総数は約 400 社あるが、自動車メーカー 11 社が直接取引きしている一次部品メーカー数は、１社あたり 200 社～300 社程度であると言われて、多くの部品メーカーは複数の自動車メーカーに納品している。日本の部品メーカーは

小さな町工場から、自動車市場の拡大に伴い自動車メーカーと共に成長してきた企業が多く、自動車メーカーと資本関係のある企業は少ない。自動車メーカーから分社した企業などで、部品メーカーの株式総数に占める自動車メーカーの取得株数の割合が３割程度を占めるというところもあるが、その場合でも部品メーカーは他社自動車メーカーとも取引している。

一次部品メーカーの納入状況

部品メーカー	納入自動車メーカー
デンソー＊[1]	トヨタ、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、ダイハツ、スズキ、日野、日産ディーゼル
住友電気工業	トヨタ、日産、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、ダイハツ、スズキ、日野、日産ディーゼル
矢崎総業	トヨタ、日産、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、ダイハツ、スズキ、日野、日産ディーゼル
アイシン精機＊[2]	トヨタ、日産、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、ダイハツ、スズキ、日野、日産ディーゼル
ユニシア・ジェックス＊[3]	日産、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、スズキ、日産ディーゼル
ボッシュ・オートモーティブ・システム	トヨタ、日産、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、スズキ、日野、日産ディーゼル
東海理化	トヨタ、日産、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、ダイハツ、スズキ、日野、
カルソニック・カンセイ	日産、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、スズキ、日産ディーゼル
カヤバ工業	トヨタ、日産、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、ダイハツ、スズキ、日野、日産ディーゼル
曙ブレーキシステム	トヨタ、日産、三菱、本田、マツダ、いすゞ、富士重工、ダイハツ、スズキ、日野、日産ディーゼル

（注）＊1,2：トヨタ自動車より独立、＊3：日産より独立
（資料）(社)日本自動車部品工業会のホームページより作成

＜欧米諸国の部品調達構造との相違点＞

日本と欧米諸国の自動車メーカーを比較すると、その部品調達構造は異なる。

日本の自動車メーカーの部品内製率は 30%であり、それ以外は部品メーカーが生産している。自動車メーカーは自動車の機能に関係する「エンジン」と「パワートレイン」については自社工場で組立てを行っているが、それ以外の部分については基本的に外注している。一方、米国の自動車メーカーの部品内製率は、かつては 70%といわれていた。欧州メーカーも平均 50%で日本より高い[1]。これは、自動車産業において大量生産方式が普及するにつれて部品の内製化が急速に進んだことが要因である。部品の内製化を高めれば生産の垂直的統合が進み、量産効果をフルに発揮できたからである。この結果、米国の自動車メーカーはエンジン、ミッションから始まりプラグやワイパーブレードに至るまで内製化していた。

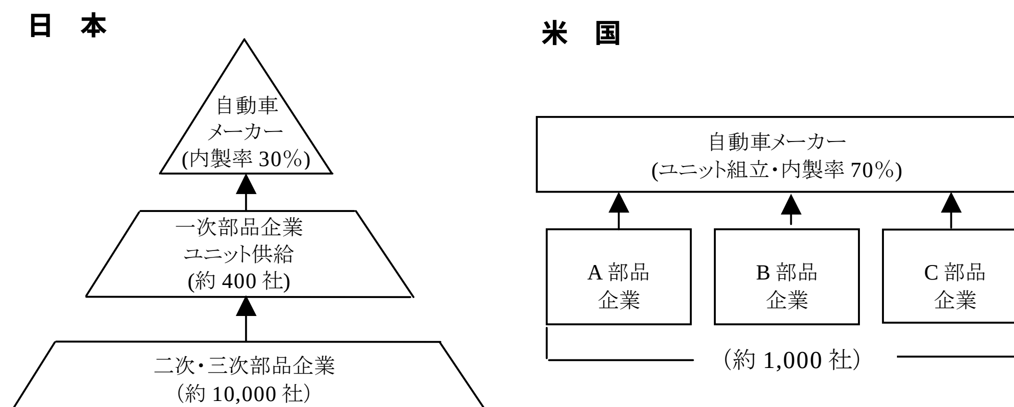
また、外注部品の調達システムを比較すると、日本では自動車メーカーは一次部品メーカーから完成部品を調達し、さらに一次部品メーカーは二次、三次部品メーカーからユニット部品や単品部品等を調達するというピラミッド構造となっている。一方、米国では自動車メーカーは数千社に及ぶ膨大なサプライヤーからユニット部品、単体部品を購入し、自社の部品工場等で機構・装置に組立てている。部品の開発・設計は自動車メーカーが行い、部品メーカーは自動車メーカーから示された設計図、仕様書を基に入札が行われる。一般に部品の納入契約は１年単位であり、競争入札の結果次第でしばしば取引先が変更されるため、競争の領域は部品の単価（コスト）に集中する。また、納入契約が短期ベースなので部品メーカーは開発や設備投資を行わないという傾向が強くなっていった。

しかし、80 年代以降、欧米メーカーは日本モデルを研究して、内製部門を売却・独立させた

[1] 1980年代以降、欧米の自動車業界で日本の生産方式が研究され、欧米の自動車メーカーの部品内製率は低下傾向のある。現状では米国メーカーの部品内製率は60%、欧州は40%といわれる。

りして外注への切替えを積極的に進める傾向にあるといわれている。

日米の部品調達構造



＜世界最適調達によりグローバル化が進展＞

日本の自動車メーカーの海外生産は 80 年代の後半より急速に伸び、2000 年には 629 万台となった。こうした中で、日本の自動車メーカーは、Q（クオリティ）、C（コスト）、D（デリバリー）の３つから考えて、最適な部品を調達する「世界最適調達」方針を明確化している。この場合のコストは単に部品単価ではない。物流コスト、組立のやりやすさ、補修部品の供給も考慮してコストを考えている。

一方、欧米の自動車メーカーは日本モデルを研究して、部品の外注率を向上させていった。日本の部品調達システムが、品質向上や長期的なコスト引下げ、自動車メーカーと一体となった技術開発力の向上に有効であることを理解し始めたのである。こうして部品メーカーの階層化、長期安定的取引関係の確立、取引部品メーカーの選別、部品メーカーによる品質保証、開発力ある部品メーカーへの開発委託などに乗り出した。また、自社内の部品事業部門を部品会社として独立させ、世界の自動車メーカーから受注できる体制の構築を急いでいる。

世界的な環境規制強化の中で、今後、自動車メーカーはポストガソリンエンジンの開発に向けた膨大な技術開発が必要な時代となった。こうした中で自動車メーカーの国際再編も急速に進んでおり、すでに日本の自動車メーカー11 社の内、７社までが外国自動車メーカーと資本提携関係にある。世界の自動車メーカーは共同で環境対応技術の開発を図る一方で、グループ内でプラットホームの統合、部品の共通化を推進しコストダウンを図るようになった。部品メーカーも自動車メーカーの購買行動の変化に対応、日米欧の部品メーカーがアライアンスを組み相互補完を推進するようになっている。このように自動車メーカーと部品メーカーとの関係はグローバルな提携関係へと変化している。

[2] 欧米メーカーも1980年代以降、内製部門の売却をしたり、独立させたりして外注への切替を積極的に進めている。現在、米国メーカーの部品内製率は60%、欧州は40%まで引きさげた。

[3] 現在はGMからデルファイが、フォードからビステオンがスピンオフした。

関連資料２．補修用自動車部品市場の関連データ

２－１．補修用自動車部品に関する日本の関連データ

（１）補修用自動車部品の品目別･需要先別市場規模（2000 年度、出荷額ベース）

単位:億円

	国内市場向け	自動車メーカールート うち自動車メーカー向け	自動車メーカールート うち部販・共販向け	部品メーカールート	海外市場向け	自動車メーカールート	部品メーカールート	総合計
エンジン部品	**1,230**	813	45	372	**1,013**	56	957	**2,243**
電装･電子部品及び計器類	**1,537**	759	63	715	**1,434**	44	1,390	**2,971**
駆動･伝導及び操縦装置部品	**902**	531	18	353	**429**	53	376	**1,331**
懸架･制動装置部品	**986**	728	79	179	**211**	32	179	**1,197**
車体部品	**886**	697	54	135	**78**	4	74	**964**
用品	**2,826**	565	266	1,995	**1,691**	0	1,691	**4,517**
合計	**8,367**	4,093	525	3,749	**4,856**	189	4,667	**13,223**

（資料）社団法人 日本自動車部品工業会「自動車部品出荷動向調査」より作成。

（２）補修用自動車部品･用品の市場規模（2000 年、末端市場価格ベース）

単位:億円

品　目	末端市場規模	構成比
消耗部品	4,806	10.3%
バッテリー	1,524	3.3%
タイヤ	7,841	16.9%
外装部品･機能部品	10,809	23.2%
オイル･ケミカル	8,526	18.3%
オーディオ･ナビゲーション	5,000	10.8%
用　　品	7,997	17.2%
計	46,503	100.0%

（消耗部品・バッテリー・タイヤ）本調査の対象 12 品目

（注）末端市場価格ベース。
消耗部品は、ディスクブレーキパッド、マフラー、オイルフィルタ、エアフィルタ、スパークプラグ、バルブ、V ベルト、クラッチディスク、ワイパーブレード等、消耗･時間の経過により需要が発生する部品。
外装部品･機能部品は、ミラー、ドア、バンパー、電子燃料噴射装置等、事故や故障により需要が発生する部品。
(資料)業界ヒアリングによる推計

（３）各業態別店舗数と補修用自動車部品･用品の市場規模（2000 年、末端市場価格ベース）

単位:億円、( )内は構成比

業態	店舗数	補修用自動車部品･用品の末端市場規模	うち本調査の対象 12 品目 消耗部品	バッテリー	タイヤ	小計
ディーラー	21,000 (11.2%)	14,500 (31.1%)	1,652 (34.4%)	305 (20.0%)	754 (9.6%)	2,711 (19.1%)
整備工場	69,000 (36.7%)	11,300 (24.2%)	2,363 (49.2%)	610 (40.0%)	1,038 (13.2%)	4,011 (28.3%)
ガソリンスタンド	55,000 (29.3%)	4,500 (9.7%)	158 (3.3%)	244 (16.0%)	968 (12.3%)	1,370 (9.7%)
板金･塗装工場	25,000 (13.3%)	1,200 (2.6%)	82 (1.7%)	20 (1.3%)	30 (0.4%)	132 (0.9%)
カーショップ	2,000 (1.1%)	7,700 (16.5%)	116 (2.4%)	244 (16.0%)	951 (12.1%)	1,311 (9.3%)
タイヤショップ	9,400 (5.0%)	5,100 (10.9%)	86 (1.8%)	76 (5.0%)	3,908 (49.8%)	4,070 (28.7%)
専門ショップ	2,800 (1.5%)	1,300 (2.8%)	345 (7.2%)	10 (0.7%)	98 (1.2%)	453 (3.2%)
ホームセンター	3,700 (2.0%)	1,000 (2.1%)	4 (0.1%)	15 (1.0%)	94 (1.2%)	113 (0.8%)
計	187,900 (100.0%)	46,600 (100.0%)	4,806 (100.0%)	1,524 (100.0%)	7,841 (100.0%)	14,171 (100.0%)

（注）および（資料）同上

２－２．日本の補修用自動車部品市場への参入状況

（1）補修用自動車部品別 部品メーカーの参入状況

自動車は2～3万点の部品の集合体であるが、殆どの部品は廃車まで継続して使われ、補修用自動車部品として需要のある品目は限られている。補修用自動車部品は、単品で必要な品質基準をクリアしていれば良いため、自動車メーカーにOE納入の実績がない補修用自動車部品の専用メーカーも多数参入している。

	新車組み付け部品（OE部品）*1	補修用自動車部品			
		自動車メーカーブランド品　*2	部品メーカーブランド品		
			OESﾒｰｶｰ品　*3	ｱﾌﾀｰﾏｰｹｯﾄ専門ﾒｰｶｰ	海外ブランド品
ﾃﾞｨｽｸﾌﾞﾚｰｷﾊﾟｯﾄﾞ＆ﾌﾞﾚｰｷｼｭｰ	曙ブレーキ工業 アスクテクニカ クシロブレーキ 山陽ブレーキ工業 住友電気工業 トキコ 東京部品工業 ナブコ 日信工業 日清紡績 日本ブレーキ工業 日立化成工業 豊生ブレーキ工業 三菱マテリアル建材	曙ブレーキ工業 クシロブレーキ 住友電気工業 トキコ 東京部品工業 ナブコ 日信工業 日清紡績 日立化成工業 三菱マテリアル建材	曙ブレーキ工業 住友電気工業 トキコ 日清紡績 日立化成工業 三菱マテリアル建材	エムケーカシヤマ 冨士ブレーキ工業	エクリン(ﾃﾞｰﾅｵｰﾄﾓｰﾃｨﾌﾞｱﾌﾀｰﾏｰｹｯﾄｼﾞｬﾊﾟﾝ) デルファイ(日本ﾃﾞﾙﾌｧｲｵｰﾄﾓｰﾃｨﾌﾞｼｽﾃﾑｽﾞ) フェロード（フェデラルモーグル） ボッシュ（ボッシュ）
ﾏﾌﾗｰ	カルソニックカンセイ 坂本工業 三恵技研工業 三恵工業 三五 仁保製作所 ソーシン 日新工業 フタバ産業 宝永工業 ユーメックス	カルソニックカンセイ 坂本工業 三恵技研工業 三恵工業 三五 仁保製作所 ソーシン 日新工業 フタバ産業 宝永工業 ユーメックス		エッチ・ケー・エス 大栄テクノ 辻鐵工所 トラスト 藤壺技研工業 マツコ	ウオーカー（テネコオートモーティブジャパン）
ｼｮｯｸｱﾌﾞｿｰﾊﾞ	カヤバ工業 埼玉機器 ショーワ トキコ ユニシアジェックス	カヤバ工業 ショーワ トキコ ユニシアジェックス	カヤバ工業 ショーワ トキコ	エッチ・ケー・エス トヨシマ	ﾋﾞﾙｼｭﾀｲﾝ（阿部商会） モンロー（ﾃﾈｺｵｰﾄﾓｰﾃｨﾌﾞｼﾞｬﾊﾟﾝ） ランチョ（ﾃﾈｺｵｰﾄﾓｰﾃｨﾌﾞｼﾞｬﾊﾟﾝ、ﾄﾖｼﾏ）
ｵｲﾙﾌｨﾙﾀ	カルソニックカンセイ テネックス デンソー 東京濾器 東洋　機製造 豊田紡織 日本濾過器 日本ドナルドソン 和興産業	カルソニックカンセイ テネックス デンソー 東京濾器 東洋　機製造 豊田紡織 日本濾過器 日本ドナルドソン 和興産業	和興産業	アルプス工業 東洋エレメント工業 日東工業 日本ﾏｲｸﾛﾌｨﾙﾀｰ工業 パシフィック工業 マロミ産業 ユニオン産業	クネヒト(日東工業) ＡＣデルコ（日本ゼネラルモータース） フラム（和興産業） ボッシュ（ボッシュ）
ｴｱﾌｨﾙﾀ	テネックス 東京濾器 東洋　機製造 豊田紡織 日本濾過器 デンソー カルソニックカンセイ 和興産業 日本ドナルドソン	テネックス 東京濾器 東洋　機製造 豊田紡織 日本濾過器 デンソー カルソニックカンセイ 和興産業 日本ドナルドソン	和興産業	アルプス工業 東洋エレメント工業 日東工業 日本ﾏｲｸﾛﾌｨﾙﾀｰ工業 パシフィック工業 マロミ産業 ユニオン産業 武甲産業 ﾓﾝｽﾀｰｲﾝﾀｰﾅｼｮﾅﾙ	ボッシュ（ボッシュ）
ｽﾊﾟｰｸﾌﾟﾗｸﾞ	日本特殊陶業 デンソー	日本特殊陶業 デンソー	日本特殊陶業 デンソー		ｽﾌﾟﾘｯﾄﾌｧｲｱｰ（大和産業） ﾁｬﾝﾋﾟｵﾝ（ﾌｪﾃﾞﾗﾙﾓｰｸﾞﾙ） ボッシュ（ボッシュ）
ﾊﾞﾙﾌﾞ	市光工業 小糸製作所 スタンレー電気 ＰＩＡＡ ライフエレックス	市光工業 小糸製作所 スタンレー電気 ＰＩＡＡ ライフエレックス	市光工業 小糸製作所 スタンレー電気 ＰＩＡＡ ライフエレックス	ハリソン東芝ライティング	シビエ（ｴｽｴｽﾘﾐﾃｯﾄﾞ） オスラム（オスラム） ﾌｨﾘｯﾌﾟｽ（日本ﾌｨﾘｯﾌﾟｽ） ヘラー（新生商会） ボッシュ（ボッシュ）
Ｖﾍﾞﾙﾄ	三ツ星ベルト バンドー化学 ユニッタ	三ツ星ベルト バンドー化学 ユニッタ	バンドー化学 三ツ星ベルト		ｹﾞｰﾂﾗﾊﾞｰ（日発販売） ｺﾝﾁﾃｯｸ（ｴﾝﾊﾟｲﾔ自動車）
ｸﾗｯﾁﾃﾞｨｽｸ＆ｶﾊﾞｰ	アイシン精機 エクセディ エフ・シー・シー ｳﾞｧﾚｵﾕﾆｼｱﾄﾗﾝｽﾐｯｼｮﾝ ベルソニカ	アイシン精機 エクセディ エフ・シー・シー ｳﾞｧﾚｵﾕﾆｼｱﾄﾗﾝｽﾐｯｼｮﾝ	アイシン精機 エクセディ ｳﾞｧﾚｵﾕﾆｼｱﾄﾗﾝｽﾐｯｼｮﾝ		
ﾜｲﾊﾟｰﾌﾞﾚｰﾄﾞ	市光工業 自動車電機工業 東海理機製作所 日本ワイパブレード フコク ミツバ	市光工業 日本ワイパブレード 東海理機製作所	日本ワイパブレード	マルエヌ ＰＩＡＡ	トライドン（沢久工業） トリコ（日本特殊陶業） チャンピオン（フェデラルモーグル） ボッシュ（ボッシュ）
ﾊﾞｯﾃﾘｰ	新神戸電機 日本電池 古河電池 松下電池工業 ユアサコーポレーション	日本ゼネラルモータース（ＡＣデルコ）	日本ゼネラルモータース（ＡＣデルコ）	新神戸電機 日本電池 古河電池 松下電池工業 ユアサコーポレーション	ＡＣデルコ（日本ゼネラルモータース） ボッシュ（ボッシュ）
ﾀｲﾔ	オーツタイヤ 住友ゴム 東洋ゴム ブリヂストン 横浜ゴム	日本グッドイヤー		オーツタイヤ 住友ゴム 東洋ゴム ブリヂストン 横浜ゴム	ピレリー（ﾋﾟｰ･ｱﾝﾄﾞ･ｴｰ） ﾕﾆﾛｲﾔﾙ（ｵｰﾄﾊﾞｯｸｽｾﾌﾞﾝ） ｸﾞｯﾄﾞｲﾔｰ(日本ｸﾞｯﾄﾞｲﾔｰ) ﾐｼｭﾗﾝ(日本ﾐｼｭﾗﾝﾀｲﾔ) ｺﾝﾁﾈﾝﾀﾙ（ヤナセ）

(注)表中の企業名は、それぞれの自動車部品市場に参入している企業名。海外ブランド品はブランド名、(　)内は輸入商社または日本法人。

＊1：新車組み付け部品（Original Equipment Parts：OE 部品）は、自動車メーカーの組み立て工場に納入される部品。

＊2：自動車メーカーブランド品は、自動車メーカーが補修用に供給している部品（第二ブランド品含む）。

＊3：OES メーカー品は、純正部品（Original Equipment Service Parts：OES）を納入している部品メーカーが、自社ブランドで販売する補修部品。

(資料)部品メーカー、部品商社等へのヒアリングにより作成。

（2）部品メーカー別 純正部品市場への参入状況

日本の補修部品メーカーの多くは、戦前、日本にフォード、GMの工場が進出した頃から補修部品を納品していたメーカーで、戦後、日本の自動車メーカーの生産が本格化してから、日本メーカー向けに生産するようになった。殆どの補修部品メーカーは複数の自動車メーカーに納入しており、中には全ての自動車メーカーに納入しているメーカーもある。

品目	部品メーカー名	純正部品の納入先自動車メーカー							
		トヨタ	日産	ホンダ	三菱	マツダ	富士重工	スズキ	ダイハツ
ディスクブレーキパッド＆ブレーキシュー	曙ブレーキ工業	○ (14.35%)	○	○	○	○	○	○	○
	住友電気工業	○	○	○	○	○	○	○	○
	日清紡績	○	○	○	○	○	○	○	○
マフラー	カルソニックカンセイ		○ (32.00%)						
	坂本工業						○ (7.77%)		
	フタバ産業	○ (12.28%)		○	○			○	○
	三恵技研工業	○	○	○ (7.69%)	○			○	○
	三恵工業				○ (6.25%)	○			
	ユーメックス					○ (34.00%)			
ショックアブソーバ	カヤバ工業	○ (8.81%)			○			○	
	ショーワ			○ (33.63%)		○	○	○	○
	トキコ	○ (1.29%)	○			○		○	
オイルフィルタ エアフィルタ	テネックス		○ (14.81%)	○			○		
	東京濾器	○		○	○	○	○	○	○
	豊田紡織	○ (15.56%)			○		○	○	○
	東洋・機製造		○	○ (5.62%)				○	
	和興産業				○ (21.30%)			○	
スパークプラグ	デンソー	○ (24.95%)		○	○	○	○	○	○
	日本特殊陶業	○	○	○	○	○	○	○	○
バルブ	市光工業	○ (6.11%)	○	○	○	○	○	○	○
	小糸製作所	○ (20.00%)	○	○	○	○	○	○	○
	スタンレー電気	○		○ (4.83%)	○ (1.82%)	○		○	
Vベルト	バンドー化学	○	○	○	○	○	○	○	○
	三ツ星ベルト	○ (5.37%)	○	○	○	○	○	○	○
クラッチディスク＆カバー	アイシン精機	○ (24.55%)			○			○	○
	エクセディ	○	○	○	○ (8.55%)	○	○	○	○ (2.55%)
	エフシーシー			○ (20.66%)				○	
	ｳﾞｧﾚｵﾕﾆｼｱﾄﾗﾝｽﾐｯｼｮﾝ		○				○		
ワイパーブレード	日本ワイパブレード	○	○	○	○	○	○	○	○
バッテリー	日本ゼネラルモータース（ACデルコ）	○	○						
タイヤ	日本グッドイヤー	○		○					

（注）○は、当該部品に関し、自動車メーカーの純正部品に採用されている事を意味する。
（　　）は、2002 年 2 月末時点の各部品メーカーの発行済み株式総数に占める、自動車メーカーの取得株式数。
（資料）参入状況については、自動車新聞社「月刊アフターマーケット」等より作成。
出資比率については、有価証券報告書、帝国データーバンク資料より作成。

２－３. 補修用自動車部品の市場規模の国際比較

単位:100 万ﾄﾞﾙ、100 万個

	日本		米国		英国		ドイツ		フランス	
	市場規模	販売数量	市場規模	販売数量	市場規模	販売数量	市場規模	販売数量	市場規模	販売数量
ﾃﾞｨｽｸﾌﾞﾚｰｷﾊﾟｯﾄﾞ&ﾌﾞﾚｰｷｼｭｰ	928.5	39.0	1,023	29.0	813.7	27.0	636.5	56.0	n.a	n.a
マフラー	340.4	1.9	1,345	21.0	547.5	6.4	1022.9	11.25	n.a	n.a
ｼｮｯｸｱﾌﾞｿｰﾊﾞ	249.4	2.0	1,690	26.0	116.4	2.3	239.8	3.84	n.a	n.a
オイルフィルタ	737.0	50.0	1,749	583.0	447.3	22.4	298.3	38.9	n.a	n.a
エアフィルタ	280.9	10.0	971	97.0		13.0	267.1	18.8	n.a	n.a
スパークプラグ	119.1	36.0	611	241.0	236.2	69.0	418.3	92.0	n.a	n.a
バルブ	119.1	6.0	1,334	89.0	n.a	n.a	326.8	8.6	n.a	n.a
Vベルト	373.6	24.5	424	20.0	n.a	n.a	43.8	7.0	n.a	n.a
ｸﾗｯﾁﾃﾞｨｽｸ&ｶﾊﾞｰ	450.2	2.4	1,848	7.0	356.4	5.1	380.7	2.0	n.a	n.a
ﾜｲﾊﾟｰﾌﾞﾚｰﾄﾞ	410.2	13.0	345	57.0	163.0	19.5	418.3	32.0	n.a	n.a
バッテリー	1,297.0	15.4	3,947	50.8	352.9	5.2	405.2	7.5	n.a	n.a
タイヤ	6,673.2	68.0	19,200	225.7	1,657.8	26.0	2,329.9	38.5	n.a	n.a

（出所）日本：業界ヒアリングによる推計(1999)
米国：MEMA, Japan Cooperate Research Estimates, RMA(tires)
英国：Factoring Services Group Ltd., The UK automotive Aftermarket, Information & Statistics 2000
The Economist Intelligence Unit, 2000 Edition, Europe's Automotive Aftermarket, Trades and Forecasts to 2005 by John Kirswill
ドイツ：BBE(1998)

２－４. 補修用自動車部品の需要推計

本調査が対象としている補修用自動車部品は、車両の使用による消耗、時間の経過により需要が発生する。車両を 10 年間保有した場合の補修部品の交換回数を年平均走行距離等から算出したところ、日本の交換回数は欧米諸国に比べて少なかった。なお、補修部品の市場規模は、保有台数が多いほど相対的に大きくなるといわれる。

車両を１０年間保有した場合の補修用自動車部品の交換回数

単位：回

	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
ディスクブレーキパッド	2.0	3.8	3.0	2.5	2.8
オイルフィルタ	9.9	18.9	15.1	12.6	14.1
スパークプラグ	2.0	3.8	3.0	2.5	2.8
エンジンオイル	19.8	37.7	30.2	25.2	28.2
バッテリー	2.5	4.7	3.8	3.2	3.5
タイヤ	2.5	4.7	3.8	3.2	3.5

(参考)

	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
乗用車の保有台数（万台）	4,206	18,319	2,398	4,191	2,748
年平均走行距離（km）	9,896	18,870	15,116	12,600	14,100

（注）交換回数は、年平均走行距離等より推計。交換基準は、ディスクブレーキパッド・スパークプラグは 50,000km、バッテリー・タイヤは 40,000km、オイルフィルターは 10,000km、エンジンオイルは 5,000km。
（資料）乗用車保有台数および年平均走行距離の出所は下記のとおり。
日本：自動車検査登録協力会「わが国の自動車保有動向（2000 年版）」、
国土交通省監修・自動車会議所「陸運統計要覧（99 年）」
米国：MEMA, Japan Coporate Research Estimates, RMA(tires)
英国：DETR, National Travel Sevice Branch(1989-1999)
ドイツ：VDA, International Auto Statistics,1999 Edition, Marketing Systems,
フランス：Observatoire National Interministeriel de la Securite Routiere1999

関連資料３．補修用自動車部品の市場特性

３－１．補修用自動車部品別にみた各国の市場特性

	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
①ディスクブレーキパッド	・消費者がブレーキフィーリング（制動時のショックが少ない。ドライバーのペダル操作に対応して制動力が直接的に伝わる等）を大切にし、ブレーキ鳴きを嫌うため、純正部品は車種専用に開発され、部品点数は極めて多い。環境問題への対応でノンアスベスト化が図られているが、ホイールを汚さない素材が好まれるなど、本来の制動能力以外の品質が求められる。 ・平均走行距離が短いので、最初の交換は新車購入から5年目以降になることが多い。	・平均走行距離が長いので大きな需要がある。交換は易しい作業なので、自動車の使用者が自分で交換することも多い。 ・自動車の使用者を対象に部品小売店で販売されているほか、軽整備ショップでは他のブレーキ関係部品の点検整備を加えたメニューを設定している場合もある。 ・整備工場用には新品ディスクブレーキパッドを組み込んだリビルトキャリパが普及している。	・国内のブレーキ摩擦材関連産業が強く、ＡＢＳ（アンチロック・ブレーキシステム）の登場以来、品質の高い有名部品メーカーブランドのシェアが拡大している。 ・DIYによるブレーキ交換は低下傾向にある。 ・ファースト・フイットでの交換も増えているが、ほとんどの交換は整備工場で行われている。	・アウトバーンの高速走行にも耐えられる品質が求められる。 ・ドラムブレーキシューは需要が縮小し、その分ディスクブレーキパッドの需要が拡大するとみられている。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカーの契約整備業者（ディーラーおよび契約整備工場）が54%、独立系の整備業者が46%。	・通常は3万km毎にディスクブレーキパッドを交換し、6万km毎にローターも交換する。純正部品は5万km程度走行するまで交換する必要がない。 ・ヴァレオ、ベンディックス、テクスターなど有名ブランドに対する評価が高い。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカールートが46%、整備工場が24%、オートパーツリテイルショップが18%。
②マフラー	・材質のステンレス化が進み、補修需要は減少傾向にある。補修需要は新車登録後、6年を過ぎた車両が中心となる。 ・80年代の後半よりマニア層を対象にしたスポーツマフラーの市場が拡大している。	・冬季に雪氷を融かすため道路に塩を撒く北部の諸州で需要は多い。 ・材質のステンレス化により製品の寿命は延びているが、年式の古い車も多いので、需要は旺盛といわれる。 ・交換に関しては、アンダーカー専門の整備工場チェーンが大きなシェアを保持している。	・排気ガス規制が厳しくなっているため、エクゾーストシステムの売上は増加するはずであるが、多くの消費者は交換の必要な部品のみを緊急時に購入している。 ・ほとんどがファースト・フイットチェーンで交換されている。	・製品の品質が向上し、交換部品市場の規模は今後、さらに縮小するとみられている。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカーの契約整備業者（ディーラーおよび契約整備工場）が50%、独立系の整備事業者が50%。	・純正部品は通常10万km走行まで交換する必要がない。 ・「軽量・ハイパワー」を宣伝文句にした、小規模メーカーの補修部品が数多く市場に出ているが、品質上の問題を抱えている製品が多いといわれる。 ・マイダスなど米国のアンダーカー専門の整備工場チェーンが出店している。

	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
③ショックアブソーバ	・新車組み付け部品の品質が高く、自動車メーカーも新車発売後5年間の保証を付けている。また、乗用車の年間走行距離が短く、道路事情も良いため、消耗による補修需要は少なく、事故による破損で発生する需要が大きい。95年の規制緩和以降は、マニア向けのスポーツ用ショックアブソーバの市場が拡大している。 ・純正部品、優良部品、海外部品が参入しているが、補修需要は少なく、スポーツ用ショックアブソーバが中心の市場となっている。	・ショックアブソーバの性能は車両のコントロールとブレーキングに密接な関係を持つ。車の性能に関心を持つか、異常な条件で車に乗る自動車の使用者は、ショックアブソーバの性能にこだわり、高性能な製品に交換するが、一般的なドライバーはほとんど認識していない。車を代替するまで新しいショックアブソーバを交換しない自動車の使用者もいる。 ・自動車の使用者が自分で交換することは難しいので、アンダーカー専門の修理工場チェーンが大きなシェアを保持している。	・自動車の使用者はショックアブソーバを交換したがらない。 ・いくつかのメーカーはMOT検査でのショックアブソーバのチェックが甘いと感じている。 ・ファースト・フイットでの交換が伸びてきている。	・交換需要は減少傾向にある。 ・Sachs/ Boge，Monroeの2社が独立系整備業者に確固とした流通ルートを確立している（ｼｪｱ80%） ・販売チャネルシェアは、自動車メーカーの契約整備業者（ディーラーおよび契約整備工場）が47%、独立系の整備事業者が53%。	・車検の検査項目にショックアブソーバは該当しないので、欠陥があっても交換は義務付けられていない。車検時に乗用車で5.7%、トラックで10.3%の欠陥があるとされ（98年）、約180万個の潜在的な需要があるといわれている。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカールートが28%、整備工場が27%、オートパーツリテイルショップが19%。自動車メーカールートで流通するショックアブソーバの販売価格は高く、99年には約15%の値下げを行っている。
④オイルフィルタ	・オイルフィルタは、エンジンオイルと同時交換されることが多い。 ・濾紙をカートリッジの中に納めた、比較的簡単な構造だが、エンジンへの取付け部のシール性能に問題があると、オイル漏れを起こしエンジンの焼きつきなど大きなトラブルとなる。このため独立系の整備工場では品質面を重視して商品を[illegible]る。性能を決める濾紙はカートリッジに[illegible]て見えないので、ブランドを信用して選択している。汎用性が高いため、少ない部品在庫で主要な車種に対応できる。	・エンジンオイルとオイルフィルタは同時交換されている。 ・多くのブランドがあるが、自動車の使用者は大きな違いがないと考えており、品質と価格を勘案して選択している。 ・部品小売店のほか、量販店でも販売されている。クイックルブでは、エンジンオイルの交換を含めた簡単な点検をメニュー化している。	・エンジンオイル交換の間隔が伸びてきているため、交換用フィルターの伸びも頭打ち状態となっている。 ・売上の3分の1がディーラー、残りが整備工場と部品小売店によるものである。 ・オイルフィルタをDIYにより交換する自動車の使用者が増え、部品小売店での販売が伸びている。	・製品寿命が長くなる分、交換部品市場の規模は縮小することが予想されている。 ・ディーゼル車が増えている分、ディーゼル用オイルフィルタの交換部品市場が拡大している。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカーの契約整備業者（ディーラーおよび契約整備工場）が53%、独立系の整備事業者が47%。	・エンジンオイルの交換基準は5000km毎、オイルフィルタは1万5000km毎である。 ・エンジンオイルの品質改良により、オイルフィルタの交換周期は長期化傾向にある。
⑤エアフィルタ	・乗用車向けには不織布式とビスカス式の2つのタイプがある。不織布式は年1回程度は清掃が必	・交換が簡単なため自分で交換する自動車の使用者も多い。	・売上の3分の1がディーラー、残りが整備工場と部品	・製品寿命が長くなる分、交換部品市場の規模は縮小	・販売チャネルシェアは、自動車メーカールートが46%、

12

	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
	要であるが、ビスカス式は保守管理が不要である。自動車メーカーは5年に1回の交換を推奨している。	・量販店が安く販売している。部品販売店やディーラーも販売している。 ・クイックルブでは、エアフィルタを点検し、汚れている場合は顧客に交換するよう提案している。	小売店によるものである。	することが予想されている。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカーの契約整備業者（ディーラーおよび契約整備工場）が53%、独立系の整備事業者が47%。	オートパーツリテイルショップが16%、整備工場が14%。 ・カルフール等の大規模小売店がプライベートブランド品を展開していたが、消費者のセルフ交換は減少傾向にあり、売上は減少している。
⑥スパークプラグ	・粗悪ガソリンが市場に出回った頃はプラグの汚れ、くすぶりなどが多発したが、ガソリンの品質が向上されたため、補修需要が減少傾向にある。諸外国に比べてレジスタープラグの普及が遅れていたが、車載用電子機器の増加に伴い、ようやく一般化した。また、着火性を強化したイリジウム合金プラグなどはマニア層を中心に需要が増加傾向にある。 ・部品メーカーのブランドが市場に浸透しており、整備工場では部品メーカーブランドが使用されている。	・かつては年1回の交換が必要であったが、現在は寿命が大幅に伸び、需要が落ち込んでいる。 ・需要が減少したので量販店は撤退し、現在は部品小売店で販売されている。 ・軽整備ショップではエンジンのチューンナップサービスの一環として点検し、必要があれば交換を提案している。	・交換需要の多い部品であるが、近年、耐久性が向上したので価格が上昇傾向にある。 ・ディーラー、整備工場での年１回のMOT検査の際に点検され、必要なら交換されている。	・ユーザー自身による交換が容易。	・販売チャネルシェアは、自動車メーカールートが41.5%、整備工場が29%、大規模小売店が15%。 ・交換用の市場規模は、90年代初頭から毎年5～8%の割合で縮小していたが、97年頃には5075万個程度に落ち着いている。
⑦バルブ	・93年より消費電力は通常のままで、より明るい光を発する高効率ハロゲンランプが市場投入され、順調に市場を拡大させている。 ・規格が統一されているので、汎用性が高い。 ・玉切れしてから需要が発生することが多く、ガソリンスタンド、カーショップ、ホームセンターなどで広く販売されている。	・ハロゲンバルブの交換は簡単なので、自動車の使用者が自分で行うことが多い。 ・中古車が多いのでシールドビームの需要も旺盛である。 ・部品小売店、ガソリンスタンド、ディーラーが主な販売ルートである。	・DIY市場での売上が大きな割合を占める。	・事故による破損で交換することが多いが、事故破損が減っているため、交換部品市場も個数では縮小傾向にある。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカーの契約整備業者（ディーラーおよび契約整備工場）が55%、独立系の整備事業者が45%。	
⑧Ｖベルト	・ファンベルト、パワーステアリングベルト、エアコン･コンプレッサーベルトの3本ベルトが主体で、1本で駆動するサーペンタインベルトの設定車種は少ない。 ・汎用性が高く、1部品で、複数メーカーの自動車に対応できる。 ・ベルトは張った後に伸びることがあるので定期的な点検と調整が必要となる。自動車の使用者は整備工場への再入庫を嫌がるので、取付け後の調整を必要とし	・1本で駆動するサーペンタインベルトが全市場の80%を占めている。ベルトの交換は容易で自動車の使用者が自分で交換することも多い。 ・主に部品小売店で販売される。サーペンタインベル	・ベルト切れなど緊急時に購入される。	・製品寿命が長くなった分、交換部品市場は縮小傾向にある。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカーの契約整備業者（ディーラーおよび契約整備工場）が71%、独立系の整備工場が29%。	

13

	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
	ないベルトを好んで選択する。 ・海外メーカーの商品を販売しようとする動きも活発だが、商品の特性が日本の整備現場のニーズに合わないため、苦戦している。ただし、国内メーカーの海外工場で生産した商品は相当数が輸入[illegible]いる。	ト以外は整備工場で交換されている。			
⑨クラッチディスク＆カバー	・自家用乗用車のマニュアル･トランスミッション（以下、MTと略す）比率は年々、減少傾向にあり、市場は縮小している。商用車はMTが主流であり、需要はトラック、タクシーなどが中心である。 ・純正部品と優良部品が市場を２分しており、主にディーラー、整備工場で交換される。	・10万kmの走行で交換が必要となる。 ・クラッチ専門の整備工場で交換されるほか、部品小売店でも販売している。	・MT車が多いので需要は旺盛である。交通渋滞が増えるに連れて消耗が進むため、耐久性に優れる寿命の長い商品が開発されている。 ・ファースト・フイットが重要な販売チャネルとなっている。	・品質が向上したため、交換需要は縮小している。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカーの契約整備業者（ディーラーおよび契約整備工場）が65%、独立系の整備工場が35%。	
⑩ワイパーブレード	・ワイパーブレードの長さ等だけで商品が選択できるよう汎用化が進んでおり、12品番を揃えれば乗用車の90%をカバーできるようになった。また、「油膜取りワイパー」「撥水コーティングワイパー」「スポーツワイパー」など付加価値商品も市場投入されノーマルタイプと市場を2分している。 ・ゴム部分だけを交換する「替えゴム」需要が増大している。 ・自動車の使用者に直接販売するガソリンスタンド、カーショップ向けには多数の部品メーカーブランドが投入されている。独立系の整備工場でも、交換用に部品メーカーブランドを使用することが多い。	・自動車の使用者が自分で交換する。 ・ワイパーブレードの交換と替えゴムのみの交換が選べるが、ブレードが安価なため、ブレード全体を交換する場合が多い。メーカーは6か月に1回の交換を推奨している。 ・量販店が低価格で大量販売しているため、競争が厳しい。多くのワイパーブレードは中国、東南アジア地区からの輸入である。	・多くの自動車の使用者が視界に影響が出るまで交換しないため、市場は本来あるべき規模より小さい。	・自動車の使用者自身による交換が容易。 ・価格の安い輸入品が、市場の20%のシェアを持つ。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカーの契約整備業者（ディーラーおよび契約整備工場）が40%、独立系の整備工場が60%。中でも、量販店が強い。	・純正部品や有名ブランド品はゴムの部分が柔らかく性能が高い。 ・ワイパー作動時に騒音が出る粗悪品も多く出回っている。 ・ボッシュなど有名ブランド製品に対する評価が高い。
⑪バッテリー	・自動車用バッテリーは電極に鉛電池を、電解液に希硫酸を使った「鉛蓄電池」である。電極の鉛合金の種類としてアンチモンタイプ、ハイブリッドタイプ、カルシウムタイプがある。 ・新車に搭載されているバッテリ－は耐久性に優れたアンチモンタイプが使われているが、電解液に目減りが多く、定期的な点検により補水が必要となる。補修用のバッテリーは保守管理不要な製品が好まれるため、液減りの少ないハイ	・価格はCCA（コールド･クランキング･アンペア）とメーカーの保証期間により決まる。自動車の使用者は簡単に取り付けることが出来る。 ・量販店はこの市場で大きなシェアを占める。以前はシアーズが最大手であっ	・購入の是非は専門家に任せられていることが多い。交換比率は高くないが安定している。 ・新品バッテリ－のほか、再生バッテリーが市場に流通している。市場の45%がファースト・フイット、タイヤ販売店によるもの。	・自動車の使用者自身による交換が容易。	・新車に搭載されているバッテリーの寿命は約5年といわれる。補修用バッテリーの平均寿命は3年間程度である。 ・販売チャネルシェアは、自動車メーカールートが26%、オートパーツリテイルショップが26%、整備工

14

	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
	ブリッドタイプ、カルシウムタイプが主流となっている。自動車の使用者は、メーカーが2年間保証する製品を4年程度使用するといわれる。 ・クルマのエレクトロニクス化やAV機器の増加によりバッテリーに掛かる負荷は増大している。	たが、現在はウォルマートが主要チャネルとなっている。部品小売店では、価格競争が厳しく利益が出ないといわれている。	30%が部品小売店、15%が整備工場である。		場が21%。 ・大規模小売店やタイヤショップ等が低価格なプライベートブランド品を展開しており、店頭の約7割をPB品が占めている。そのため、バッテリー・メーカーも価格を下げざるを得なくなり、価格競争が激化している。
⑫タイヤ	・交換用のタイヤにはノーマル・タイヤと冬用タイヤ（スタッドレスタイヤ等）がある。ノーマル・タイヤには、一般ユーザー向けの標準タイヤ、スポーティ走行を好むユーザーに人気のあるハイグリップタイヤ、タクシーなど営業車向けのロングライフタイプ、さらに静粛性重視で開発されたコンフォートタイプなどがある。これに加えトラック用、４ＷＤ用、ミニバン用など車種に合わせ様々なタイヤが開発されている。 ・タイヤの摩耗はタイヤの種類や自動車の使用者の走行状態により大きく異なる。標準タイプでは5万km以上は持つので、走行距離の短い場合は、交換することなく自動車を乗り換える例も多い。一方、ハイグリッドタイプは路面に張り付くようなグリップ力を発揮するが耐久性は2万km以下と言われる。日本では自動車の使用者の平均走行距離が短く、高速走行の機会も少なく、道路状態も良好なため、標準タイプのタイヤも耐久性より、乗り心地を重視して開発されている。	・多くの自動車の使用者はオールシーズンタイヤを使用している。多くの品質基準の中から、予算に合わせて購入できる。高品質のタイヤを望む自動車の使用者もいるが、多くは価格を重視している。 ・それぞれのタイヤは走行距離が保証されている。最近は8万km以上と長持ちするタイヤが増えたので、自動車の使用者が購入する機会は減っている。 ・タイヤは専門職が取り付けバランスをとらなければならないので、自動車の使用者が自分で交換することはない。タイヤ専門店チェーンが最も多くタイヤを販売している。	・交換時に自動車の使用者の好みが反映される商品で、40%は顧客が選択する。平均的な自動車の使用者は用心深くタイヤを扱い、高品質な有名ブランドを選択する。平均で4年弱で交換する。 ・ファースト・フイットが重要な販売チャネルである。	・冬用タイヤの需要が伸びているため、市場の拡大が続いている。2000年春には42%の車が冬用タイヤを装備している。 ・ノーマルタイヤの中では、高速走行用タイヤが29.3%のシェアを占める。 ・販売チャネル別シェアは、タイヤショップが53%、整備業者が29%、部品小売店が6%、ガソリンスタンドが2%。	・ミシュランの製品に対する評価が高い。価格は高価だが高性能で寿命も長いといわれている。 ・メーカー別シェアは、ミシュランが40%、グッドイヤー・ダンロップが15%、ブリジストン・ファイアストンが11%、コンチネンタル・ユニロイヤルが11%。 ・高速車用のタイヤの売れ行きが好調といわれる。 ・販売チャネルシェアは、タイヤ専門店が30%、自動車メーカールートが25%、オートパーツリテイルショップが17%、大規模小売店が14%。数年前から自動車メーカーが、タイヤ交換に力を入れている。

３－２．日本の補修用自動車部品市場の概要と参入の可能性

日本の補修用自動車部品市場は、自動車メーカーが新車販売後のアフターサービスの一環として補修部品を供給し、また部品メーカーも独自に補修部品市場に部品を供給しているため、品揃えの欠けている部品は、原則として存在しない。そのため、国内外のサプライヤーが補修部品市場に新規参入するにあたっては、現在流通・販売されている製品と同等またはそれ以上の品質を有するか、価格競争力を有する製品を供給する必要がある。

①ディスクブレーキパッド＆ブレーキシュー

ディスクブレーキパッドに関しては、曙ブレーキ工業、住友電気工業、日清紡績、日立化成工業など、自動車メーカーに新車組み付け部品（OE部品）を納入している部品メーカー（以下、OEメーカーという。）が、純正部品を納入するほか、部品メーカールートに自社ブランドで商品を流通させている。このほか、アフターマーケット専門メーカー（以下、AMメーカーという。）として、エムケーカシヤマ、冨士ブレーキ工業がある。各社とも日本車向けには、全ての車種に対応する商品を品揃えしている。

日本のアフターマーケットにおいて、日本車の全車種に対応するには約3000品番の品揃えが必要といわれる。純正部品以外の市販のディスクブレーキパッドは、自動車の使用者の幅広いニーズに対応するため、スタンダード、ハイクオリティ、エコノミー、スポーツ用など、摩擦材を変えることにより様々な商品が投入されており、品揃えの面で純正部品を圧倒している。スポーツ用の市場には、曙ブレーキ工業、住友電気工業、トキコなどのOEメーカーのほかに、TRD、ニスモ、トムス、ラリーアート、エッチ･ケー･エス、トラスト、エンドレス、プロジェクトミュー、ウインマックスなど、多くのスポーツ･パーツ･メーカーが参入している。これらのメーカーはOEメーカー、AMメーカーよりOEM供給を受けている。

外国企業の参入に関しては、輸入車用のディスクブレーキパッドは、ほぼ全数が海外からの輸入品である。日本車向けには、ボッシュが99年より登録台数の多い車種向けを中心に品揃えして参入し、続いて日本デルファイオートモーティブシステムも参入している。日本車向け市場への参入は部品点数が多い上に、品揃えが重視されるため難しいといわれるが、登録台数の多い車種向けを自社製品で供給し、登録台数の少ない車種向けを国内メーカーより仕入れて補完すれば、参入の余地は広がる。また、整備事業者の組合である全日本ロータス同友会は、関連企業であるエルネットを通じて、会員向けにディスクブレーキパッドの輸入販売を行っている。同会は、登録台数の多い車種のみを輸入品で品揃えし、在庫負担の低減に成功している。

ブレーキシューに関しては、参入メーカーはディスクブレーキパッドとほぼ同様である。ブレーキシューは表面の摩擦材の部分と、これを支える鉄の中心部（コア）に分けられる。消耗するのは摩擦材だけで、コアは再利用できるので、交換済みのブレーキシューを整備工場などから回収し、自社工場内で摩擦材を張り替えるリビルダーが、全国各地に約300社存在する。ブレーキシューに関しては、新品部品の他に、リビルト部品が広く使われており、シェアはリビルト部品の方が高いといわれる。主要自動車メーカーでは、新品の純正部品の他に、純正リビルト部品を供給している。

②マフラー

マフラーはエンジンの排気システムとして一体設計されており、新車組み付け用のマフラーは、自動車メーカーと部品メーカーが共同開発している。マフラーのステンレス化が急ピッチで進ん

だため、耐久性が向上し、補修需要は減少傾向にある。マフラーの補修需要が発生するのは初度登録後６年を越えた車が中心で、低価格な商品が求められるため、辻鐵工所、大栄テクノ、マツコ工業などAMメーカーの製品が広く使われている。また、東南アジアなどからの低価格な輸入品が増加している。

一方、80年代後半よりマニア層を中心にスポーツ用の市場が拡大しており、エッチ･ケー･エス、藤壺技研工業などスポーツ･マフラー専門メーカーは、日本スポーツマフラー協会（JASMA）を結成している。このほか、OEメーカーは、ニスモ、トムス、TRDなどのスポーツ･パーツ･メーカーにOEM供給している。スポーツ用市場への参入は、マニア層に人気のある特定車種を品揃えすればよいので、難しくはないといわれる。マニア層の使用者は、人気のあるブランドを指名して購入するため、ブランドを広く認知させることが重要であり、外国企業の参入にあたっては、国内で実績のあるスポーツ･パーツ･メーカーとの提携など、販売促進面での取り組みが有効といわれる。

③ショックアブソーバ

OEメーカーであるカヤバ工業、トキコ、ショーワ、ユニシアジェックスの４社が純正部品を納入している。95年の規制緩和により需要の拡大したスポーツ用市場には、カヤバ工業、トキコ、ショーワの他、スポーツ用専門メーカーのエッチ･ケー･エスも参入している。この他、ビルシュタイン、モンロー、ランチョなど海外有名ブランドの人気も高い。

日本のショックアブソーバの需要は、スポーツ用が中心である。そのため、新規参入にあたっては、国内外のモーター･スポーツにスポンサードするなど、若者を中心とした使用者のブランド認知度を向上させることが重要となる。

④オイルフィルタ

汎用性の高い商品であり、東洋エレメント工業、日東工業、パシフィック工業など多数のAMメーカーが存在する。これらのメーカーはフィルター・エレメント工業会（20社）を結成しており、部品卸商社を通して自社ブランドで商品を供給するほか、カーショップや石油元売り会社のプライベート･ブランド品もOEM生産している。一方、テネックス、東京濾器などのOEメーカーは自動車メーカーに純正部品を納入するだけで、部品メーカールートには販売していない。

OEメーカー、AMメーカーとも、一部の製品を自社の海外工場から逆輸入している。このほか、東南アジア等から低価格な商品が輸入され、通信販売などで販売されているが、品質面で問題のある商品も多いといわれる。

商品の汎用化が進んでいるため、新規参入は比較的容易といわれるが、競合メーカーが多いことから商社などへの納入価格は低く抑えられているといわれる。

⑤エアフィルタ

エアフィルタのメーカー及び流通構造は、オイルフィルタとほぼ同様である。エアフィルタの形状はエンジンルームの設計と関連するため、オイルフィルタ程には汎用化が図られていない。このためオイルフィルタに比べると参入は難しいが、確実な補修需要があるので、最近は東南アジア製を中心に低価格な輸入品も増加している。

オイルフィルタはエンジンオイルと同時交換されるため、自動車の使用者は交換時期などを比較的良く知っているが、エアフィルタについては、こうした部品があることも知らない場合が多

いといわれる。使用者への情報提供を強化することで、需要は拡大するといわれており、新規参入の余地も広がるといわている。

⑥スパークプラグ

エンジンにより特殊な専用プラグを必要とする場合もあるが、大半が汎用性のある一般のスパークプラグで対応が可能なので、参入は比較的容易といわれる。ただし、市場での競争は過酷で、国内メーカーの中でも、日立製作所が数年前に撤退している。現在、日本特殊陶業（NGK）とデンソーの2社が、自動車メーカーに純正部品を納入するほか、部品メーカールートに自社ブランドで販売している。国内有力2社の他、カーショップを中心に、ボッシュ、チャンピオンなど海外ブランド品が販売されている。

最近はイリジウム合金プラグなど、着火性に優れた高品質プラグの市場が拡大している。こうした高付加価値の商品は市場拡大の可能性が高く、新規参入の余地も大きいといわれている。

⑦バルブ（電球）

小糸製作所、市光工業、スタンレー電気などOEメーカーが自動車メーカーに純正部品を納入するほか、部品メーカールートに自社ブランドで販売している。AMメーカーとしては、ハリソン東芝ライティングがある。カーショップではオスラム、ボッシュ、フィリップス、シビエ、ヘラーなどの海外ブランドの人気が高い。

汎用性があるので参入は比較的容易で、世界最大手の自動車電球メーカーであるオスラムは、国内メーカーにもOEM供給している。また、自動車メーカーの第二ブランドにもオスラムのバルブは採用されている。

バルブの交換は簡単なため、カーショップ等で広く販売されている。カーショップ等では、自動車の使用者はブランドを指名して購入する場合が多いので、参入にあたってはモーター・スポーツへのスポンサード等を通じて、ブランドの知名度を上げることが有効といわれる。また、ディーラーや独立系整備工場で交換されるバルブは、ブランドよりも品質と価格で選定される傾向にある。そのため、国産品と同等以上の品質のバルブであれば、新規参入の余地も大きいといわれている。

⑧Ｖベルト

OEメーカーであるバンドー化学、三ツ星ベルトの大手２社と、ニッタ工業と米国ゲーツラバーとの合弁会社ユニッタの３社が、自動車メーカーに純正部品を納入している。このうち、バンドー化学と三ツ星ベルトは、部品メーカールートに自社ブランドで販売している。

Vベルトは汎用性が高いので、日本の市場特性にあったVベルトを開発すれば、外国部品メーカーの参入は比較的容易といわれる。実際に、日発販売がゲーツラバーのVベルトを輸入販売しているほか、トヨタ自動車がグッドイヤー製のＶベルトを第二ブランドとして販売している。また、国内メーカーは、自社の海外工場で生産した商品を逆輸入している。

⑨クラッチディスク＆カバー

OEメーカーであるエクセディ、アイシン精機、ヴァレオユニシアトランスミッションが自動車メーカーに純正部品を納入するほか、部品メーカールートに自社ブランド品として販売している。ブレーキシューと同様にリビルトも盛んで、リビルダーが整備工場等からコアを回収して摩

擦剤を張り替え再生している。
　現在、乗用車はAT（オートマチック・トランスミッション）車が主体で、クラッチディスク＆カバーが装着されているMT（マニュアル・トランスミッション）車は、タクシー、トラックなどの商用車が中心のため、需要は縮小傾向にある。クラッチディスク＆カバーは汎用性があるので参入は比較的容易と思われるが、商用車の需要が中心のため、新規参入にあたっては流通業者との提携等を通じて、迅速な供給体制を構築することが求められる。

⑩ワイパーブレード
　OE部品は、モーター、リンク機構、ワイパーブレードを組み合わせたワイパー装置として納品されている。ワイパーブレードを純正部品として納入している日本ワイパブレードと市光工業は、部品メーカールートに自社ブランドで商品を販売している。このほか、AMメーカーとしてマルエヌとPIAAがある。
　部品の汎用化が進んでいるため、新規参入は比較的容易といわれる。カーショップでは、モーター・スポーツへのスポンサードなどで自動車の使用者に広く知られているチャンピオン、ボッシュなどの海外ブランドの人気が高い。他方、独立系整備工場では、低価格な韓国製品がかなり流通している。また、「替えゴム」についても価格競争力のある海外製品の販売が好調である。
　日本国内のワイパーブレード市場は、有力メーカーが凌ぎを削る過当競争状態といわれている。そのため、新規参入にあたっては、付加価値の高い商品で差別化を図るか、整備工場等での交換用に高品質で低価格な商品を投入する等の方策が有効といわれている。

⑪バッテリー
　国内バッテリー・メーカー5社（日本電池、ユアサコーポレーション、松下電池工業、新神戸電機、古川電池）は、自動車メーカーにOE部品を納入するほか、部品メーカールートに自社ブランドで商品を販売している。かつて自動車メーカーはバッテリーを純正部品として販売して来なかったが、95年頃より一部の自動車メーカーが外国製部品の調達拡大の一環として、ACデルコのバッテリーを自社の販売ルートで扱うようになった。
　流通の主流はバッテリーメーカー・ルートで、電装店を経由してディーラー、独立系整備工場に販売されている。カーショップ、ホームセンターなどの量販店はバッテリーメーカーより直接仕入れている。ガソリンスタンドも石油元売り系商社を経由してバッテリーを販売している。
　バッテリーの規格は日米欧で異なるため、日本市場を走行する米国車、欧州車向けには古くから輸入バッテリーが販売されていた。バッテリーは、当該国市場の規格に合わせて製造すればよいので外国企業も比較的参入しやすいといわれる。実際に、日本車向けのバッテリー市場は、ACデルコ、ボッシュのほか、近年は低価格の韓国製品がシェアを伸ばしている。

⑫タイヤ
　国内のタイヤメーカー5社（ブリヂストン、横浜ゴム、住友ゴム工業、東洋ゴム工業、オーツタイヤ）は、自動車メーカーにOE部品を納入するほか、自らの販売ルートを通じて、自社ブランドのタイヤの拡販に取り組んでいる。このほか、グッドイヤー、ミシュラン、ピレリーなどの海外メーカーも、日本で販売網を構築し、販売に取り組んでいる。グッドイヤーは1952年に日本法人である日本グッドイヤーを設立、日本市場で販売網を構築し、1999年に住友ゴムとグローバル・アライアンスを締結した。この結果、日本で販売されるグッドイヤー・ブランドのタイヤは住友ゴムが生産し、米国で販売される住友ゴム・ブランドのタイヤはグッドイヤーが生産する相互

補完体制が実現した。また、ミシュランは1964年より日本市場に参入、1989年にはオカモトと提携し、ミシュラン、オカモトの両ブランドのタイヤを製造する合弁会社ミシュランオカモトタイヤを設立した。

タイヤは商品の体積が大きく、在庫スペースが必要となる等の理由で、専門業者による流通システムが構築されている。主要ルートはタイヤメーカー・ルートであり、地域販売会社を経由し、タイヤショップ、ガソリンスタンド、整備工場、新車ディーラー等に供給される。

また、カーショップ、石油元売系商社は、国内タイヤメーカーの商品を販売するほか、ユニロイヤル、コンチネンタル等の海外ブランド品や、低価格な韓国製品等を輸入販売している。なお、かつて自動車メーカーはタイヤを純正部品として販売して来なかったが、95年頃より一部の自動車メーカーは海外部品の調達拡大の一環として、グッドイヤー製のタイヤを自社の販売ルートで扱うようになった。

関連資料４．補修用自動車部品価格の国際比較

補修部品の仕様は自動車の車種、モデル（型式）、年式、エンジン排気量等により異なる。自動車メーカーの国際展開により、世界規模で販売されている自動車は多いが、その多くは輸出入によるもので、全く同一の車種･型式等の自動車が各国で現地生産されているケースはない。また、一般的に輸入車は現地生産される国産車に比して市場での登録台数が少なく、補修部品の多くは輸入に頼らざるを得ないため、同一車種だからといって、輸入車の補修部品の価格と、その車の原産国での補修部品の価格を比較しても意味がないと思われる。そのため、本調査では、次の要領で価格調査を実施した。

１.調査内容

(1)調査対象品目

①調査対象部品

補修部品の中で特に需要の旺盛な消耗部品とオイル、消費者が商品選択する機会が多く、趣味性の高い用品について調査した。

・消耗部品：ディスクブレーキパッド、オイルフィルタ、ワイパーブレード、バッテリー、タイヤ
・オイル：エンジンオイル
・用品：アルミホイール

②適応車種とサイズの指定

補修部品･用品の仕様は、車種やブランドにより異なるため、次のように適応車種とサイズを指定した。

・適応車種：各市場で最もポピュラーなエンジン排気量 1500cc 前後クラスの乗用車（98 年式、スタンダードクラス）
・タイヤとアルミホイールについては、下記サイズの主要ブランド品。
　タイヤ（205/65R-15）、アルミホイール（15 インチ）

(2)調査対象業態

補修部品は、整備事業者が取り付け工賃を含めて販売する場合と、ユーザーが自分で取り付けるために部品単体で購入する場合がある。米国ではユーザーが自分で取り付ける場合も多いが、日本や欧州では整備事業者に依頼するのが一般的である。消費者の様々なニーズに対応するため、部品交換サービスを行う事業者の業態が発展していることから、下記の 4 業態を対象とした。

①ディーラー（新車販売店に併設された整備工場）
②総合整備工場（重整備から軽整備まで、車両の全部位について整備できる工場）
③軽整備ショップ（交換需要の多い消耗部品やエンジンオイルなどを迅速に交換する専門店。欧米のクイックルーブ、アンダーカーショップ、クイック･フィット等と日本のカーショップ、タイヤショップ。）
④部品小売店（自分で部品を交換するユーザーのために、部品を店頭で小売する専門店および量販店）

(3)調査･価格比較方法

・補修部品の種類、ブランドの差を把握するため、ディスクブレーキパッド、オイルフィルタ、ワイパーブレードに関しては、純正部品の価格とこれに対応する部品メーカーブランド品の価格を調査した。バッテリー、タイヤ、エンジンオイルについては、純正部品が設定されていないケースが多いので、各市場の主要ブランド品を調査した。
・車種による差を把握するため、ディスクブレーキパッドについては 93 年式、バッテリーについてはエンジン排気量 2500cc 前後クラスの価格も併せて調査した。
・主要な補修部品の交換において消費者が負担するトータル費用を調査した。ディーラー、総合整備工場、軽整備ショップに交換を依頼する場合は補修部品と工賃の合計金額を、自分で交換する場合は部品販売店での補修部品の購入価格を調査した。
・各業態の部品交換のメニューは部品と取付工賃を別建てにしている場合と、部品と工賃のセットで販売価格を決めている場合がある。表中の合計の欄に記されている価格は、部品と工賃を合計した販売価格の平均である。また部品価格は、部品と工賃を別建てとしている店の部品価

格の平均であり参考価格である。

・整備工場やディーラーは車検整備や定期点検の結果、部品の劣化が認められた場合、顧客に部品交換を提案して販売する事が多いが、本調査では部品交換だけを依頼した場合の価格を調査した。最近の傾向として、軽整備ショップに対し価格競争力をつけるため、ディーラーなどでも部品と工賃のセットで割安な料金を設定する傾向にある。一方、部品と工賃の別建てで販売している店は、部品を希望小売価格に近い価格で販売する場合が多い。表の中で部品価格が部品と工賃の合計価格より高くなっているのは、こうした理由による。

(4)調査時期：2000 年 12 月～2001 年１月

(5)調査対象国：日本、米国、英国、ドイツ、フランス

(6)円換算方法：日本円換算は、2000 年 12 月末のインターバンクレート（US$１＝¥114.90、￡１＝¥171.49、DM１＝¥54.66、FF１＝¥16.30）により換算した。

２．調査結果

(1)ディスクブレーキパッド

整備事業者に依頼した場合の交換価格を比較すると、日本では最も高いディーラーと最も安い軽整備ショップの差は2,643円である。米国は最も高いディーラーと最も安い軽整備ショップとの差は4,598円、英国は最も高いディーラーと最も安い軽整備ショップとの差は6,021円、ドイツは最も高い軽整備ショップと最も安い整備工場との差は5,168円、フランスは最も高い整備工場と最も安い軽整備工場との差は1,229円である。最も高い業態と安い業態との差は英国が一番大きく、ドイツ、米国、日本、フランスの順である。各国とも、自動車の使用者は予算と各販売店の技術力を勘案して、好みの店で部品を交換することが出来るが、選択の幅は英国が一番大きいといえる。

なお、各国とも部品小売店で部品を購入して自分で交換するのが一番安い。部品単体の価格では、フランスが一番安く、米国、英国、ドイツ、日本の順である。

また、年式による差についてみると、日本ではディーラーで純正部品による交換の場合、年式による差がみられるが、総合整備工場、軽整備ショップで部品メーカーブランド品で交換する場合は、年式による差はみられない。これは、純正部品は車種・年式毎に異なり、個々の部品に価格がつけられているが、部品メーカーブランド品の価格は、サイズ等が多少異なっても、総合整備工場等が同クラスに適応する部品の価格を同一にしているためと思われる。

＜９８年式＞

業態	部品の種類	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
ディーラー	純正部品	13,943 (7,500)	17,810	13,738 (7,293)	9,429 (5,603)	8,537 (4,680)
総合整備工場	部品メーカーブランド品	12,580 (7,000)	12,924 (5,542)	6,645 (3,544)	7,926 (5,466)	7,945 (5,607)
軽整備ショップ	部品メーカーブランド品	11,300 (7,600)	13,212 (5,284)	7,717 (8,575)	13,094 (8,691)	6,188 (4,808)
部品小売店	部品メーカーブランド品	7,600	4,020	4,539	5,625	3,651

＜９３年式＞

業態	部品の種類	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
ディーラー	純正部品	13,629 (7,833)	18,269	14,077 (7,632)	9,429 (5,603)	8,537 (4,680)
総合整備工場	部品メーカーブランド品	12,580 (7,000)	11,857 (4,940)	6,345 (3,144)	7,926 (5,466)	7,110 (4,746)
軽整備ショップ	部品メーカーブランド品	11,300 (7,600)	13,212 (5,284)	6,645 (5,145)	13,094 (8,691)	5,854 (4,245)
部品小売店	部品メーカーブランド品	7,600	3,894	4,539	4,400	3,434

(注)（　）内は、部品代（以下、同じ）

(2)オイルフィルタとエンジンオイル

オイルフィルタは単独で交換されることはなく、常にエンジンオイルと同時交換される。日本では、オイル交換の２回に１回の割合でオイルフィルタを交換しているが、米国ではオイルとの同時交換が定着している。本調査では、エンジンオイルとオイルフィルタを同時交換した場合の交換価格を比較する。

整備事業者に依頼した場合の交換価格を比較すると、日本では最も高いディーラーと最も安い軽整備ショップの差は2,526円である。米国は最も高いディーラーと最も安い整備工場との差は2,369円、英国では最も高いディーラーと最も安い軽整備ショップとの差は2,941円、ドイツは最も高いディーラーと最も安い軽整備ショップの差は2,586円、フランスは最も高い整備工場と最も安い軽整備ショップとの差は465円である。最も高い業態と最も安い業態との差は英国が一番大きく、ドイツ、日本、米国、フランスの順である。米国では、エンジンオイルとオイルフィルタの同時交換と、タイヤ圧チェック、ブレーキフルードの液量、エアフィルターの汚れやワイパーブレードの劣化チェックなど基本的な日常点検の10項目をセットにして25～28ドル程度（2,800円～3,200円）で販売するクイックルブという業態が、この分野で大きなシェアを保持している。このため、エンジンオイルとオイルフィルタの交換サービスでは、米国が各業態とも最も安くなっている。

また、部品小売店で購入するオイルフィルタの価格は米国が最も安く、次いでフランス、日本、ドイツ、英国の順である。エンジンオイルは米国が最も安く、次いで日本、フランス、ドイツ、英国の順となっている。

業態	部品の種類		日本	米国	英国	ドイツ	フランス
ディーラー	純正部品		5,716 (3,950)	4,929	7,339 (6,002)	5,435 (3,314)	6,454 (3,294)
総合整備工場	部品メーカーブランド品		4,552 (3,337)	2,560	6,405 (3,796)	4,258 (3,220)	6,006 (5,178)
軽整備ショップ	部品メーカーブランド品		3,190 (2,480)	2,755	4,398 (4,433)	2,849 (987)	5,563
部品小売店	部品メーカーブランド品	オイルフィルタ	800	455	1,257	836	869
		エンジンオイル	1,680	616	3,001	2,730	2,367

(3)ワイパーブレード

整備事業者に依頼した場合の交換価格を比較すると、日本では最も高い整備工場と最も安いディーラーの差は489円である。米国の場合は最も高いディーラーと最も安い整備工場との差は141円、英国では最も高いディーラーと最も安い軽整備ショップとの差は1,501円、ドイツでは最も高い整備工場と最も安い軽整備ショップとの差は945円、フランスは最も高いディーラーと最も安い整備工場との差は534円である。最も高い業態と最も安い業態との差は英国が最も大きく、ドイツ、フランス、日本の順で、米国が最も少ない。

ワイパーブレードはユーザーが直接、購入する機会の多い部品であるが、部品小売店の販売価格は日本が最も高く、フランス、ドイツ、英国、米国の順である。

業態	部品の種類	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
ディーラー	純正部品	1,531 (725)	1,143	2,611 (1,407)	1,968	1,615 (1,151)
総合整備工場	部品メーカーブランド品	2,020 (900)	1,002	2,229 (972)	2,498	1,603
軽整備ショップ	部品メーカーブランド品	1,790 (1,490)	1,110	1,110 (677)	1,553	1,125
部品小売店	部品メーカーブランド品	1,490	741	1,056	1,282	1,273

(4)バッテリー

整備事業者に依頼した場合の交換価格を比較すると、日本では最も高いディーラーと最も安い軽整備ショップの差は6,167円である。米国の場合は最も高いディーラーと最も安い整備工場との差は8,261円、英国では最も高いディーラーと最も安い軽整備ショップとの差が2,976円、ドイツは最も高い整備工場と最も安い軽整備ショップとの差は3,746円である。最も高い業態と最も安い業態との差は米国が最も大きく、日本、ドイツ、英国の順が最も少ない。

また、バッテリーは売れ筋のサイズが量販店等で目玉商品として、最も安く販売されることが多い。部品小売店での販売価格は、エンジン排気量1500ccクラスの保有台数の多い日本が最も安く、ドイツ、英国、フランス、米国の順である。他方、2500ccクラスでは、エンジン排気量の大きな車両が主流の米国が最も安く、ドイツ、フランス、日本、英国の順である。米国では、ディーラーと部品小売店のバッテリーの販売価格は、1500ccの方が2500ccよりも高い。

＜1500cc＞

業態	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
ディーラー	9,647 (8,250)	16,199 (9,580)	10,402 (7,830)	9,943 (5,839)	8,521 (6,771)
総合整備工場	6,880 (5,855)	7,838 (7,324)	9,563 (9,146)	10,932	6,825 (5,061)
軽整備ショップ	3,480 (2,980)	8,042 (6,893)	7,426 (7,880)	7,186 (6,833)	8,269 (7,147)
部品小売店	2,980	7,045	6,459	3,738	6,443

＜2500cc＞

業態	日本	米国	英国	ドイツ	フランス
ディーラー	18,117 (16,475)	11,562 (8,037)	17,672 (9,432)	11,845 (7,479)	10,389 (8,457)
総合整備工場	17,315 (16,290)	9,105 (8,330)	12,060 (11,147)	13,720 -	9,149 (7,131)
軽整備ショップ	8,300 (7,800)	8,042 (6,893)	9,349 (10,212)	7,775 (7,422)	9,659 (8,336)
部品小売店	7,800	6,276	9,832	6,286	7,133

(5)タイヤ

タイヤは、基本的な機能のほか、耐久性、乗り心地、季節、スポーツ走行等の嗜好性などの品質の違いにより、価格差が大きくなる商品である。そこで、各国の最低価格と最高価格を調査した。15インチのタイヤを調査したところ、日本は12,200円～16,900円、米国は5,958円～10,910円、英国は8,479円～18,521円、ドイツは8,458円～15,737円であった。最も安いタイヤを販売していたのは米国で、最も高いタイヤを販売していたのは英国であった。

なお、日本のディーラーや整備工場がタイヤの販売に積極的に取り組んだのは95年以降で、一部の整備工場がタイヤ･チェンジャーを導入し、販売している。

日本	米国	英国	ドイツ	フランス
12,200～16,900 (10,900～15,400)	5,958～10,910 (4,590～5,716)	8,479～18,521 -	8,458～15,737 (7,304～11,781)	13,690～19,103 (12,543～16,530)

(6)アルミホイール

アルミホイールは機能と共にデザインが重視される商品で、廉価品から高級品まで、価格差が大きい。そのため、各国の最低価格と最高価格を調査した。日本は7,300円～28,500円、米国は9,761円～19,877円、英国は8,720円～17,149円、ドイツは7,163円～9,859円であった（取付工賃含む）。最も価格差が大きいのは日本で、最も価格差の少ないのはドイツであった。

日本	米国	英国	ドイツ	フランス
7,300～28,500 (6,000～27,500)	9,761～19,877 -	8,720～17,149 (12,862)	7,163～9,589 (6,222～8,435)	16,298～29,124 (14,346)

グラフ挿入

関連資料５．日本の自動車の使用者の意識

日本では 95 年以降に実施された一連の規制緩和措置により、自動車の保守管理、整備に関する自動車の使用者の選択肢が拡大した。自動車の保守管理や補修部品の選択に対する自動車の使用者の意識を探るべく、アンケート調査を実施した。

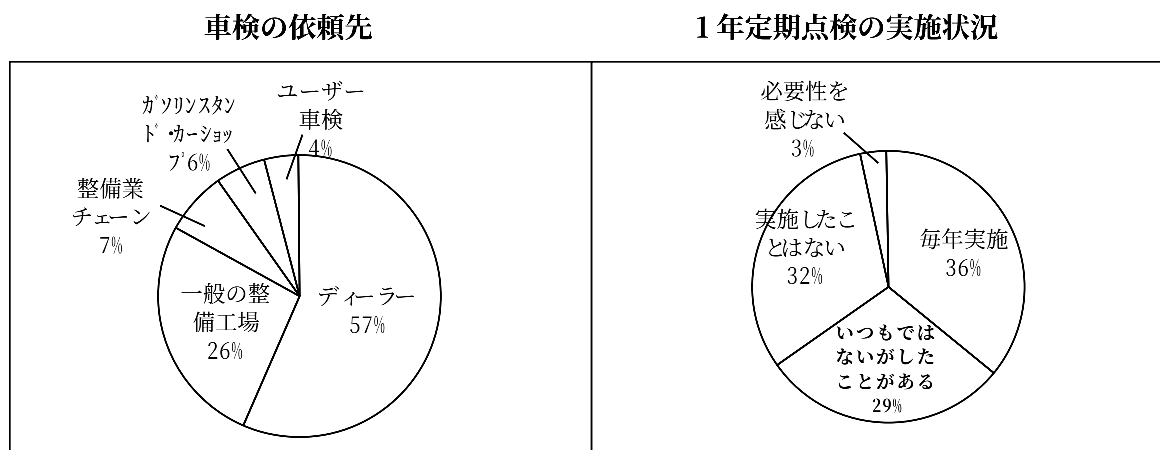
１．調査実施要領

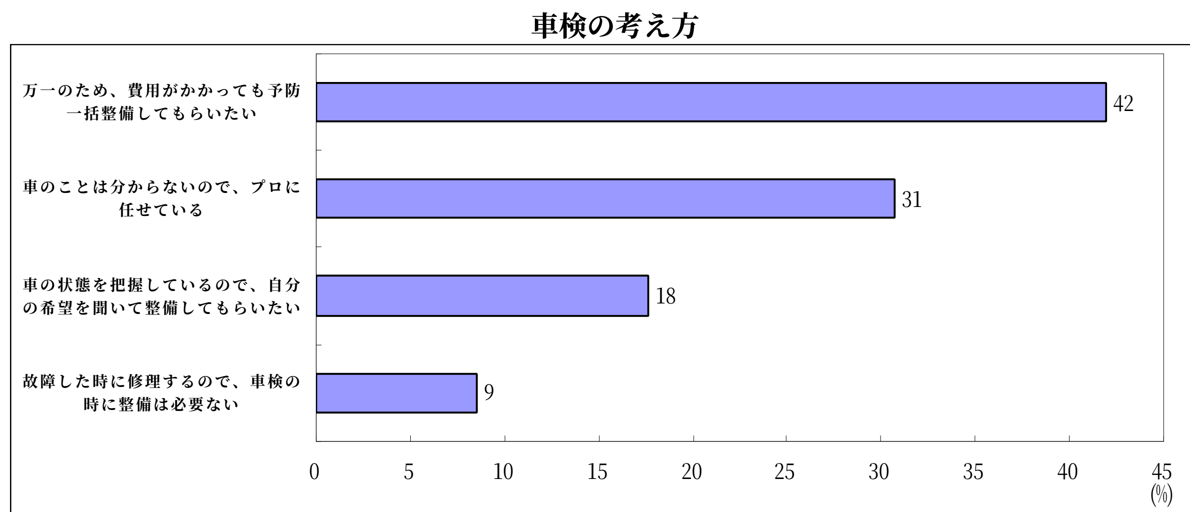
・調査対象：乗用車を週１回以上運転する自動車の使用者　329 名
　　年代別構成；20 歳代 23%、30 歳代 29%、40 歳代 26%、50 歳代 21%
　　性別構成：男性 60%、女性 40%
・調査実施機関：2000 年 11～12 月
・回収率：100%

２．調査結果

(1)車検･点検整備に対する意識

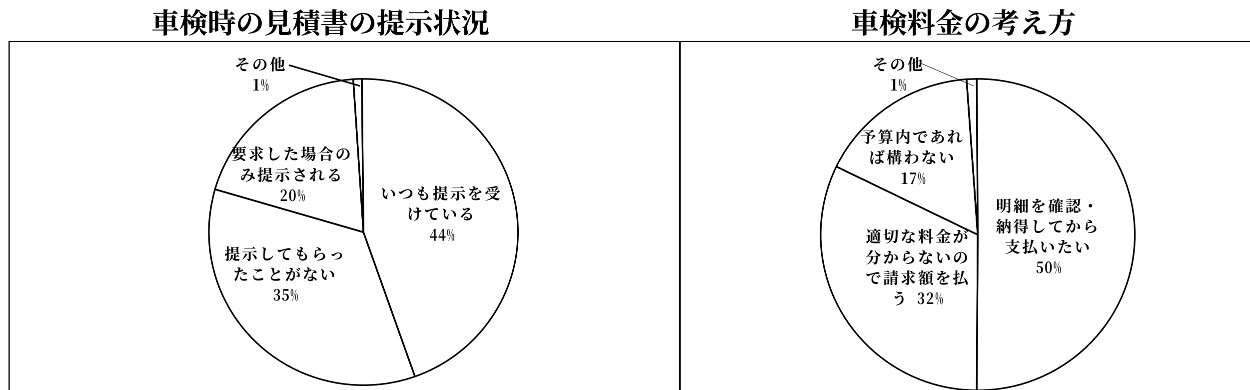
車検の依頼先は、購入した場所という理由でディーラーに依頼する者が約 6 割と多い。1 年毎の定期点検整備を毎年実施している者は 4 割に満たず、車検を予防一括整備と位置づけ、プロ任せにしている者が多い。





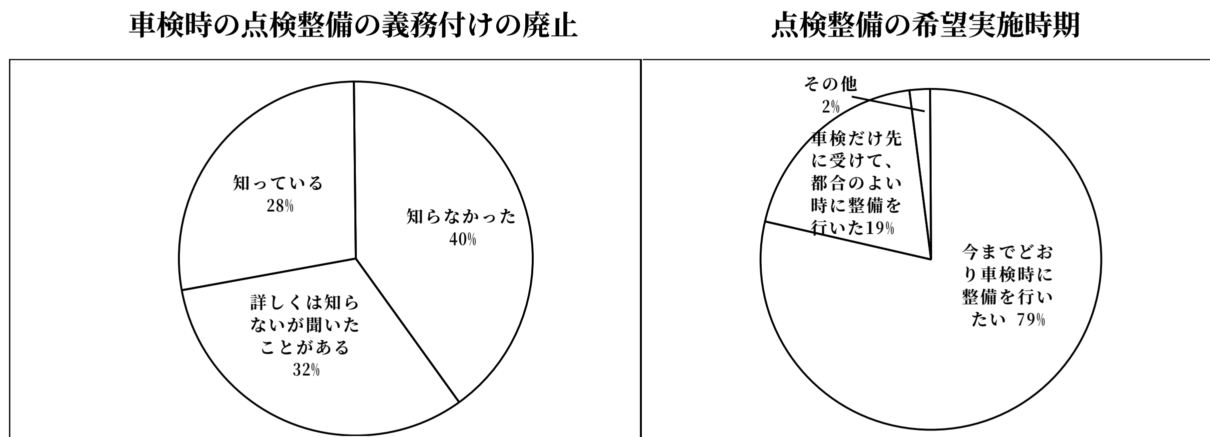
(2)整備料金についての考え方

車検時の整備料金については、約 5 割の者が事前に整備事業者から見積書の提示を受けていないが、「部品料金、工賃等の明細をチェックして、納得してから支払いたい」と考えている。



(3)車検と整備の分離についての認知度

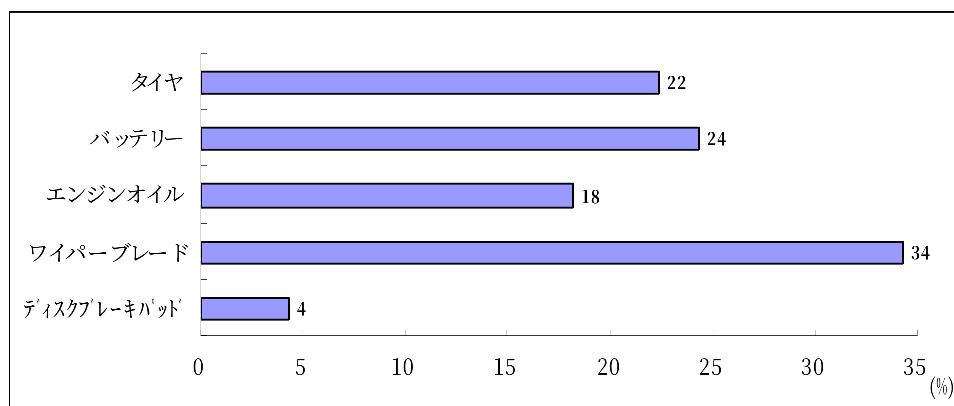
95 年の規制緩和により、使用者の意思で車検だけを先に受け、自分の都合の良い時に整備することが可能になった。このことを認識している者は多いものの、「今までどおり点検の時に点検整備を実施したい」という人が約 8 割に上った。



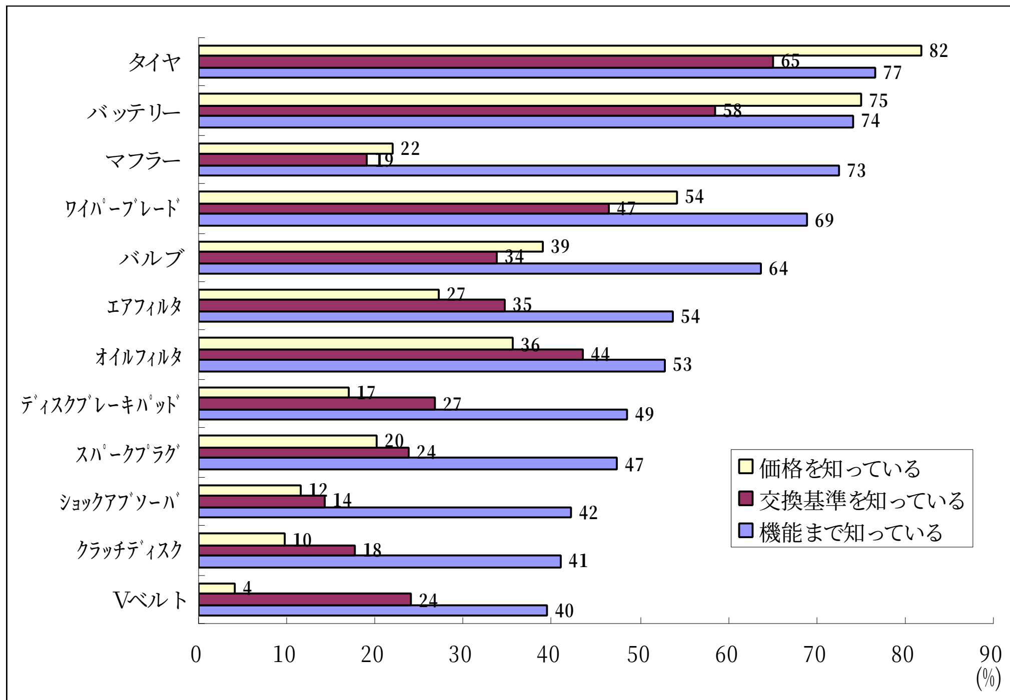
(4)補修部品に対する認識度とＤＩＹの実施状況

本調査対象 12 品目に関しては、タイヤ、バッテリー、マフラー、ワイパーブレード等、カーショップで販売される品目は使用者の認知度も高いが、ディスクブレーキパッド等、主に車検時に交換される部品の認知度は低い。部品の交換基準に関してもあまり知られておらず、実際に、使用者自らが DIY で部品交換を行うことも少ない。

ＤＩＹによる部品交換の実施率（複数回答）



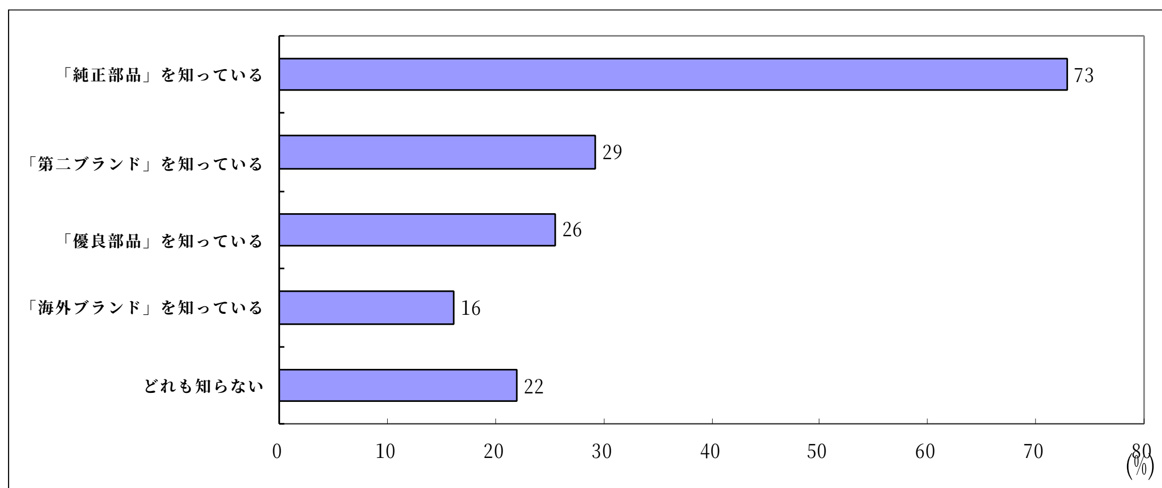
部品の認知度（複数回答）



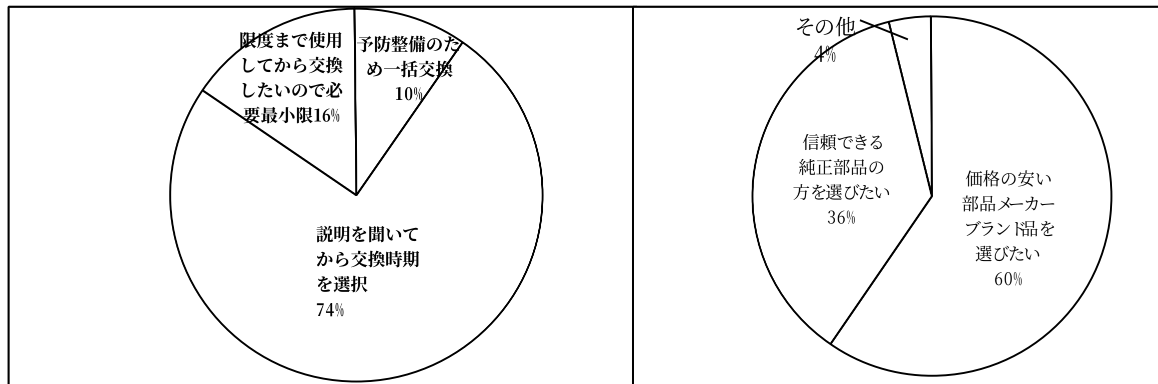
(5)部品の選択について

補修部品には純正部品等の自動車メーカーブランド品、優良部品等の部品メーカーブランド品など様々な種類がある。純正部品の認知度は高いが、純正部品以外に選択肢があることも多くのユーザーに理解されている。補修部品を選ぶ時、大部分のユーザーが「価格、品質などの説明を聞いて選びたい」、「性能が同じなら価格の安い部品メーカーブランド品を選びたい」と考えており、車検時の部品交換についても「部品の状態について整備事業者の説明を聞いて交換時期を選択したい」と考えている。自動車整備士等が様々な部品交換の選択肢を使用者に提案すれば、品質が優れ、価格競争力のある補修部品なら、十分に参入のチャンスはあるといえる。

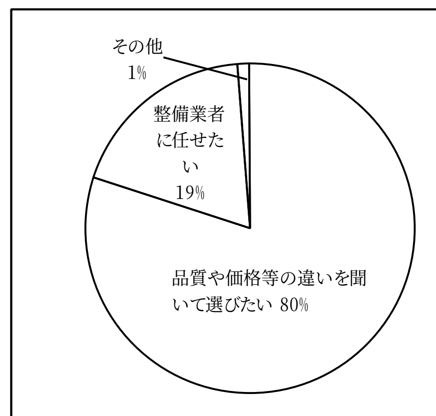
部品の種類の認知度（複数回答）



整備時の部品選択意識　　　　　（純正部品と部品メーカーブランド品の性能が同じ場合）



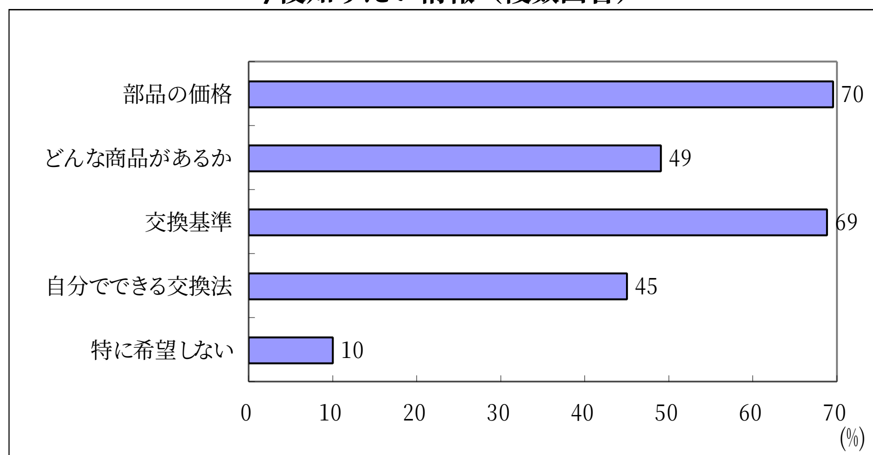
車検時の部品交換意識



(6)自動車の使用者に必要とされる部品の情報

自動車の使用者は、交換基準の情報を整備事業者や、自動車の取扱説明書等から得ることが多く、価格の情報は店頭表示しているカーショップ、ガソリンスタンド等から得ることが多い。また、約 7 割の者が今後、価格と交換基準を知りたいと思っている。使用者への情報伝達手段としては、整備事業者等の説明と店頭表示が有効であり、このことが自動車の使用者の自己管理意識の醸成にもつながると期待される。

今後知りたい情報（複数回答）



関連資料６．日本・欧米各国における自動車検査制度
６－１．自家用乗用車の自動車検査制度の概要

	日本	米国 カリフォルニア州	米国 ペンシルバニア州	英国	ドイツ	フランス
検査制度の有無						
車検	有り （継続検査）	無し	有り	有り （MOT）	有り （TÜV検査）	有り
排気ガス検査	有り＊1	有り（郡ごとに規定）	有り（郡ごとに規定）	有り＊1	有り	有り
車検の周期（年）	２年（初回３年）	－	１年	１年（初回３年）	２年（初回３年）	２年（初回４年以内） 排ｶﾞｽ検査は車検の翌年
主な検査内容	車検では以下の内容に基づき、検査を行う（排気ｶﾞｽ検査含む）。 ①長さ、幅及び高さ、車両重量、車両総重量が自動車検査証の記載事項と同一であるかを目視による検査　②主に器具を用いて11項目について検査 ③亀裂、がた、取り付けのゆるみの有無等を検査用はハンマー等を用いて10装置について検査　④主に目視により14装置について検査	－ 排気ガス検査：ダイナモテストを12郡、アイドルテストを30郡で実施。18郡では検査なし。	車検：ﾌﾞﾚｰｷ、ｻｽﾍﾟﾝｼｮﾝ、ﾗｲﾄ、ﾀｲﾔ、ﾎｲｰﾙ、ﾎﾞﾃﾞｨｰｺﾝﾃﾞｨｼｮﾝ、ｽﾃｱﾘﾝｸﾞ、走行ﾃｽﾄ等のﾁｪｯｸ 排気ガス検査：ダイナモテストを5郡、アイドルテストを4郡で実施。58郡は検査なし。	道路上での使用に適しているか、環境保全の基準を維持しているかを確認する。（排気ガス検査含む） 主要点検項目は、照明装置（６項目）、ステアリング・サスペンション装置（９項目）、ブレーキ装置（６項目）、タイヤ及び車輪（３項目）、シートベルト（１項目）、一般装置（12項目）	車検の主要点検項目は、装備（11項目）、照明装置(18項目）、ステアリング（17項目）、ブレーキ装置（31項目）、車輪･タイヤ（7項目）、車体（40項目）、防災（3項目）、排ガス･騒音（5項目）。	車検：ブレーキ、タイヤ、ステアリングと車輪、サスペンションと車軸、照明装置、安全装置、有害物質排気率など、車両の安全性に関する140項目 排気ガス検査：審査基準は、CO濃度4.5%未満（96年10月1日以降に登録された車両は3.5%未満）。
検査の受検場所〈施設数〉	各陸運支局〈91〉 指定整備工場 〈26,666(2000年11月末現在)〉	－ 排気ガス検査：民間の整備事業者〈7,834(2001年2月末現在)〉	車検：民間の整備事業者〈17,000〉 排気ガス検査：手工業会議所登録の民間の整備事業者〈約2,900〉	MOTテストセンター〈約19,000〉	指定技術検査所〈1500〉 認定検査機関が民間整備事業者に出張検査〈45,000〉	認定車検センター〈4,272(99年12月末時点)、うち3,694ヵ所が車検センター組織に所属〉
検査手数料						
車検	1100円(指定整備工場で保安基準適合証を提示する場合の法定費用) 1400円(陸運支局で現車を提示する場合の法定費用)	－	16ドル（州平均、2ドルの検査証料金含む）	34.00ポンド（法定費用）	約70マルク (71マルク：ﾊﾞｰﾃﾞﾝ･ｳﾞｭﾙﾃﾝﾍﾞﾙｸ州の法定料金、69.5マルク：ﾊﾞｲｴﾙﾝ州の法定料金）	350～400フラン（平均）
排気ガス検査	－	54ドル（州平均、うち8.25ドルは州のデータベース管理費）	36ドル(州平均) 44ドル(ﾌｨﾗﾃﾞﾙﾌｨｱ市周辺) 28ドル(ﾋﾟｯﾂﾊﾞｰｸﾞ市周辺)	－	45マルク(触媒なし)、64マルク(触媒あり)、69.50マルク(ﾃﾞｨｰｾﾞﾙ)：ﾊﾞｰﾃﾞﾝ･ｳﾞｭﾙﾃﾝﾍﾞﾙｸ州の場合	－ （車検費用に包括されている）
車検時に徴収される税金	有り （自動車重量税：自家用乗用車は0.5ｔ毎に6,300円／年）	無し	無し	無し	有り （付加価値税：16%）	無し

（注）＊1　車検の中で排気ガス検査が行われている。

６－２．日本･欧米各国における車検･整備費用

各国のデータの算出方法が異なることから一概には比較できないものの、自動車の点検・整備料および検査料については、各国ともそれほど大きな差はみられないといえる。しかし、日本は自動車の所有に必要とされる諸税・保険料が車検時に徴収されることが多いため、車検時の使用者の負担は大きいといわれる。

日本・欧米各国における車検合格に必要な費用

単位：円

	日本	米国		英国	ドイツ	フランス
		ｶﾘﾌｫﾙﾆｱ州	ﾍﾟﾝｼﾙﾊﾞﾆｱ州			
点検・整備料	35,099	16,775	35,964	26,581	78,000	96,667
検査料 (うち法定検査料)	17,547 (1,100)	6,205 (948)	5,975 (230)	5,831 (5,831)	7,926 (7,926)	6,113 －
合計	52,646	22,980	41,939	32,412	85,926	102,780

（参考）車検時に必要とされる諸税・保険

日本	米国	英国	ドイツ	フランス
・自動車重量税（車両重量１t以下）：25,200 円 ・自動車税（排気量 1501～2000cc の場合）：39,500 円 ･自動車損害賠償責任保険料：27,600 円	なし	･道路税（排気量 1,200cc 以上の場合）：27,438 円 ･自動車保険	付加価値税（16%）	なし

(注)日本円換算は､2000 年 12 月末のインターバンクレート(US＄１＝￥114.90､£１＝171.49､DM１＝￥54.66､FF１＝￥16.30）による。

（注及び資料）

日本：1500～2000cc クラスの乗用車で、新規登録後、初回車検時に掛かる経費。点検・整備料、検査料は社団法人日本自動車整備振興会連合会「自動車点検・整備料金実態調査（99 年度）」より作成。自動車税と自動車損害賠償責任保険料は、車検時に支払い証明書の提出が必要となる。

米国：州政府担当課へのヒアリング等により作成。検査不合格の場合に発生する平均的な整備費用。検査料は、カリフォルニア州は排出ガス検査のみ（年間不合格率 13%）。ペンシルバニア州は車検（年間不合格率 22%）と排出ガス検査（年間不合格率７%、整備費が 150 ドル以上になる場合は免除される）。

英国：点検・整備料は Office of Fair Trading の調査による VW Golf の 20000 マイル時の点検料金。道路税は車検時に支払うものではないが、支払いの際に有効な車検の合格証を提示しなければならない。そのほか、自動車保険への加入が義務付けられているが、保険料は自動車の種類、年式、運転者の年齢・性別・住所等により異なる。

ドイツ：車検・排気ガス検査に必要な平均的な費用。点検・整備料はヒアリング等により作成。検査料は、車検と排出ガス検査（触媒あり）のバーデン・ヴュルテンベルク州の法定料金で、付加価値税（16%）を含む。

フランス：点検・整備料は、自動車の使用者一人当たりの年間保守管理・修理費用、フランス自動車流通組合連合会（FEDA）資料より作成。検査料は、ヒアリング等により算出した平均的な車検費用。

関連資料７．規制緩和と補修用自動車部品市場

７－１．近年の主な規制緩和措置とその影響

事項名	実施時期	措置内容	措置の背景およびその影響	根拠
自動車の点検整備	95 年 7 月 1 日	自家用乗用自動車等の 6 カ月点検の義務付けを廃止	自動車技術の進歩および自動車の使用形態の変化に対応し、劣化、摩擦等の蓋然性が低下した項目については、点検が廃止された。 95 年の 6 カ月点検整備の売上高は 1,314 億円であったが、96 年には前年比 52%減の 633 億円に減少した（社団法人 日本自動車整備振興会連合会「自動車整備白書（97 年版）」）。この売上高には、自家用貨物車等の売上高も含まれているが、大半は自家用乗用車の 6 カ月点検の義務付け廃止による影響とみられている。	道路運送車両法の一部を改正する法律(94 年法律第 86 号) ＜車両法第 48 条を改正＞
	95 年 7 月 1 日	定期点検項目を削減	自動車技術の進歩および自動車の使用形態の変化に対応し、劣化、摩擦等の蓋然性が低下した項目については、点検の廃止または実施時期が延長された。さらに、自動車の使用者の保守管理責任を前提に、通常の使用においては点検を必要としないが、走行距離の多い場合など、特別の使われ方をする場合にのみ点検が必要となる項目については廃止された。自家用乗用自動車の定期点検の項目数については、6 カ月点検の義務付け廃止とともに、12 ヵ月点検で 60 から 26 項目に、24 ヵ月点検で 102 から 60 項目に削減された。 95 年の 12 ヵ月点検整備の売上高は 1,971 億円であったが、96 年には前年比 0.5%減の 1,962 億円に減少した（社団法人 日本自動車整備振興会連合会「自動車整備白書（97 年版）」）。また、24 ヵ月点検整備は車検と同時に実施されることが多いが、24 ヵ月点検と車検時の整備売上高は、96 年には前年比 5.6%減の 2 兆 5,557 億円に減少した。 なお、2000 年 5 月 1 日からは、24 ヵ月点検の点検項目数が 60 から 56 項目に削減された。	車両法施行規則等の一部を改正する省令(95 年 2 月 28 日 国土交通省令第 8 号) ＜自動車点検基準第 2 条別表第 6 を改正＞
自動車の検査	95 年 7 月 1 日	車齢が 11 年を超える自家用乗用車の自動車検査証の有効期間延長	車齢 11 年を超える自家用乗用自動車、車齢 10 年を超える大型特殊自動車および小型二輪自動車等の自動車検査証の有効期間が 1 年から 2 年に延長された。 車検の実施時期が延長されることで、整備需要が減少することが予測されるが、高年式車は低年式車に比べて故障しやすく、部品の交換需要が高いため、それほど大きな影響はないとみられている。	車両法施行規則等の一部を改正する省令(95 年 2 月 28 日 国土交通省令第 8 号) ＜車両法施行規則第 37 条を改正＞
	95 年 7 月 1 日	前整備、後検査の義務付けを廃止	95 年以降の一連の規制緩和により自動車の使用者の保守管理責任が明確にされたため、定期点検整備は使用者の自主的な保守管理のもと、実施時期の選択は使用者に委ねられることとなった。従来、車検の前に点検整備を実施することが義務付けられていたが、定期点検整備の実施時期は検査の前後を問わないこととされた。 これに伴い、自動車の使用者自らまたは代行車検事業者が、国の検査場に自動車を持ち込む“ユーザー車検”の受検件数が急増した。95 年度に 82 万件だったユーザー車検の受検件数は、96 年度には 142 万件に急増し、2000 年度は 267 万件に達している。しかし、ユーザー車検の場合、定期点検整備を実施せずに受検することが多いといわれており、整備不良車両が増加することが懸念されている。	車両法の一部を改正する法律等の施行について（95 年 3 月 27 日 自技第 44 号、自整第 60 号）

事項名	実施時期	措置内容	措置の背景およびその影響	根拠
	95年11月16日	構造等変更検査の対象範囲の見直し	自動車検査証の記載事項の変更が国土交通省令で定められる事由に該当する場合において、保安基準に適合しなくなるおそれがあると認められるときは、構造等変更検査を受けなければならないが（「車両法」第 67 条）、日米包括経済協議において構造等変更検査要件の緩和が要望されたこと、自動車の使用者の使用形態が一層多様化していること等から、軽微な変更の場合、構造等変更検査の手続きが不要になった。 使用過程の自動車に自動車部品を装着する場合、構造の変更が長さ±3cm、幅±2cm、高さ±4cm、車両重量が±100kg（小型自動車の場合は±50kg）の範囲内の場合、溶接またはリベット等による恒久的な取付方法でも、構造等変更検査の手続きが不要となった。また、同日付の自動車交通局技術安全部技術企画課長通達（95 年 11 月 16 日 自技第 235 号）で、構造等変更検査の手続きが不要となる 88 品目の部品が指定された。 構造等変更検査の要件が大幅に緩和されたことから、使用者の部品交換の自由度が広がり、エアロパーツ、ローダウンサスペンション･キット類、タイヤ＆アルミホイールなどを中心に、チューニング･パーツの需要が拡大したといわれている。	自動車部品を装着した場合の構造等変更検査時等における取扱いについて（依命通達）(95 年 11 月 16 日 自技第 234 号、自整第 262 号)
	98年11月24日	分解整備検査の廃止	従来、自動車の使用者が分解整備を行った場合、分解整備検査を受けることが義務付けられていた。使用者の保守管理責任が明確にされたことを受け、分解整備検査が廃止された。ただし、整備事業者が分解整備を行う場合は、地方運輸局長の認証を受けなければならない。 日本では、自動車の使用者自らが車を整備する習慣があまりないため、分解整備検査が廃止されても、自ら分解整備を行う使用者はそれほど増えていないといわれる。なお、分解整備を行う整備事業者は全国に 8 万軒以上あり、使用者の需要に十分対応しているともいわれる。	車両法の一部を改正する法律(98 年 5 月 27 日 法律第 74 号) ＜車両法第 64 条および第 65 条を削除＞
自動車分解整備事業	95 年 7 月 1 日	認証工場の設備機器基準の緩和	自動車技術の進歩に伴なう点検整備方法の変更等を受け、分解整備事業者が事業場に備えなければならない作業機械等が 41 品目から 30 品目に削減された。 認証取得時の設備投資コストが軽減されることになったが、新規参入業者の中には、実際に使うことのない不要な機器がいまだあるとの指摘がある。	車両法施行規則等の一部を改正する省令(95 年 2 月 28 日 国土交通省令第 8 号) ＜車両法施行規則第 57 条を改正＞
	95 年 7 月 1 日	普通自動車認証工場の面積基準を緩和	普通自動車分解整備事業の事業場面積基準が 82 ㎡から 72 ㎡に見直され、3 輪以上の小型自動車（主に 5 ナンバー車等）分解整備事業の事業場面積基準と同一になった。このため、小型自動車分解整備事業者でも 3 ナンバーの普通乗用車を取り扱うことが可能となり、小型自動車分解整備事業者のビジネスチャンスが拡大したといわれる。	車両法施行規則等の一部を改正する省令(95 年 2 月 28 日 国土交通省令第 8 号) ＜車両法施行規則第 57 条第 1 項第 1 号、別表第 4 を改正＞
	96 年 8 月 20 日	認証工場の人的要件を緩和	分解整備事業者に必要とされる自動車整備士数が、2 人以上から 1 人以上に緩和された（自動車整備士は、「自動車整備士技能検定規則」（51 年 国土交通省令第 71 号）による、1 級または 2 級の自動車整備士の技能検定合格者。ただし、2 級自動車シャシ整備士を除く。）。 この措置により、分解整備事業の認証取得が容易になったといわれる。特に自動車整備士を確保しにくいといわれるカーショップやガソリンスタンド等、他業態からの参入が活発になったとみられる。	道路運送車両法施行規則及び自動車整備士技能検定規則の一部を改正する省令(96 年 8 月 20 日 国土交通省令第 47 号)

事項名	実施時期	措置内容	措置の背景およびその影響	根拠
	95年10月20日 96年8月20日	分解整備の定義の全般的な見直し	自動車および同部品分野に関する日米包括経済協議において分解整備の定義を全般的に見直すこととされたことから、自動車技術･整備作業の実態等が変化したことなどを踏まえ、安全確保上および公害防止上支障のない範囲で、分解整備の定義が見直された。 95年10月20日の「車両法施行規則」改正により、ショックアブソーバ、ストラット、パワーステアリング、トレーラ･ヒッチが分解整備の定義から除外された。続いて、96年8月20日にはスタビライザ、トルクロッド、トーションバー･スプリング、クラッチ（二輪の小型自動車に限る）の４品目が、分解整備の定義から除外された。また、同日付の整備課長通達により、分解整備の定義に該当する部品が明示された。 この措置により、分解整備の定義に該当しない部品に関しては、分解整備事業の認証を取得しない場合でも取扱うことが可能となり、既存の販売店でのこれらの部品の取扱いが増加したといわれる。特に、構造等変更検査の対象範囲の見直しとあいまって、ショックアブソーバを活用したチューニング需要が拡大したといわれるが、補修需要に関しては、ほぼ横ばいか、微増に留まったとみられている。	車両法施行規則の一部を改正する省令(95年10月20日 国土交通省令第60号) 車両法施行規則及び自動車整備士技能検定規則の一部を改正する省令(96年8月20日 国土交通省令第47号) ＜車両法施行規則第3条を改正＞ 車両法施行規則第3条「分解整備の定義」の解釈について(96年8月20日 自整第151号の2)
	97年2月20日	特定部品専門の認証制度を創設	従来、分解整備事業は、原動機、動力伝達装置、走行装置、操縦装置、制動装置、緩衝装置、連結装置の全ての装置の整備を行うことを前提に認証が与えられていたが、特定の装置ごとに認証を取得することができるよう、各装置の整備作業に応じた面積と作業機械等の基準が定められた。特定の装置の認証を受けた事業場は一般に“専門認証工場”とよばれる。 この措置により、トランスミッション等の動力伝達装置、ブレーキ等の制動装置などを専門に整備する分解整備事業者の認証を取得することが可能になり、新規参入が拡大しているといわれる。	車両法施行規則及び指定自動車整備事業規則の一部を改正する省令(97年2月20日 国土交通省令第9号) ＜車両法施行規則 第57条 別表第4および第5を改正＞
	99年9月30日	二級自動車シャシ整備士を創設	2級自動車シャシ整備士の技能検定が創設された。2級自動車シャシ整備士は、専門認証工場に必要な自動車整備士に加えられ（原動機を除く）、特定装置の認証（専門認証）が取得しやすくなったといわれる。	自動車整備士技能検定規則の一部を改正する省令(99年8月6日 国土交通省令第37号) ＜自動車整備士技能検定規則第2条を改正＞
指定自動車整備事業	96年8月20日	指定工場の人的要件を緩和	指定自動車整備事業者に必要とされる自動車整備士数が、3人以上から2人以上に緩和された（自動車整備士は「自動車整備士技能検定規則」（51年 国土交通省令第71号）による、1級または2級の自動車整備士の技能検定合格者）。 この措置により、特に自動車整備士を確保しにくいといわれる、カーショップやガソリンスタンド等の他業態からの新規参入が拡大したといわれる。しかし、指定自動車整備事業者が配置しなければならない自動車整備工員数は、従来通り5人以上である。	優良自動車整備事業者認定規則の運用について(依命通達)（96年8月20日 自整第145号）

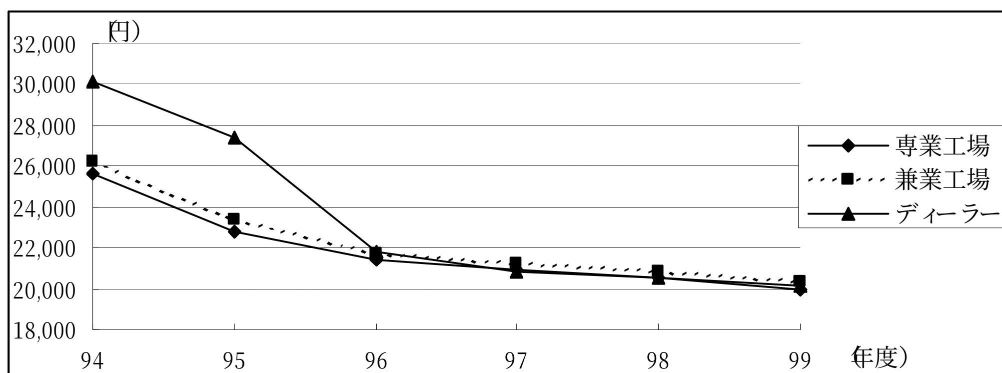
事項名	実施時期	措置内容	措置の背景およびその影響	根拠
	96 年 11 月 8 日	ニューサービス（情報提供によるユーザー選択型指定整備）の導入	指定自動車整備事業者は、定期点検整備を実施した上で、検査を実施することが義務付けられているが（「車両法」第 94 条の 5）、定期点検の際に自動車の使用者が点検結果と合わせて検査の合否の情報を得られるサービスを行い、これに基づき、使用者が整備内容を選択できる「情報提供によるユーザー選択型指定整備」（「ニューサービス」という。）が導入された。自動車の使用者は、保安基準への適合性や、劣化・摩擦等の状態等に関する情報提供を受け、自動車の使用状況および今後の保守管理を勘案しつつ、自動車の継続的な保安基準適合性を維持するために必要な整備の内容を個別に選択できるようになった。 この措置などを通じ、点検整備に対する使用者の理解と信頼を深め、保守管理意識の高揚を図ることが求められている。しかし、公正取引委員会「自動車整備事業等に関する実態調査報告書」によると、「車検、定期点検整備に関する選択の幅が広がることになり好ましい」（45.2%、有効回答に対する割合）との見方もあるが、「制度の周知が十分に行われていない」（43.4%）との指摘もある。また、整備事業者の提案にもかかわらず整備や部品交換を実施しないケースが増え、整備事業者の部品売上高が減少している。	指定自動車整備事業における「ニューサービス（情報提供によるユーザー選択型指定整備）」の導入の促進について(96 年 11 月 8 日 自整第 203 号)等
	97 年 2 月 20 日	指定工場の検査施設要件を緩和	従来、指定自動車整備事業の指定を受けるには、自ら検査施設を保有することが必要とされていたが、検査施設を保有しない場合は、共同の検査施設を使用することが可能となった。 他の指定自動車整備事業者と検査設備を共同使用することにより、敷地面積の不足等で検査施設を設けられず、指定を取得できなかった分解整備事業者の指定取得が増加したといわれる。	車両法施行規則及び指定自動車整備事業規則の一部を改正する省令(97 年 2 月 20 日 国土交通省令第 9 号)＜指定自動車整備事業規則第 3 条を改正＞ 指定自動車整備事業規則等の取扱いについて(依命通達)(97 年 2 月 20 日 自整第 22 号)
	97 年 2 月 20 日	指定工場の車検台数等要件の廃止	従来、指定自動車整備事業の指定を受けるには、整備が適正に行われていることを確認するため、整備実績及び車検取扱い台数にかかわる基準が設けられていたが、受検台数が少ない場合でも指定を取得することが可能になった。	優良自動車整備事業者の一種整備工場及び二種整備工場の認定の取扱い等について（97 年 2 月 20 日 自整第 24 号）

７－２．規制緩和の影響

＜24 ヵ月定期点検項目の削減＞

従来、日本では車検時に 24 ヵ月定期点検を併せて実施することが求められていたこともあり、自動車の使用者は、車の保守管理について特に意識することなく、2 年毎に 24 ヵ月定期点検と整備を実施してきた。「車両法」で定められていた点検項目は、走行距離の長い場合や、特別の使われ方をする場合にのみ必要となる項目も含まれていたため、これまでは車検時の 24 ヵ月定期点検で、不具合が発生しそうな箇所についても整備（部品交換を含む）が行われてきたといわれる（一般に“予防一括整備”という。）。95 年 7 月より、自動車技術の進歩や使用スタイルの変化などを踏まえ、24 ヵ月定期点検項目が 102 項目から 60 項目に削減された。この結果、1 台あたりの 24 ヵ月定期点検料金は、95 年度には大幅に低下した。特に、他の業態よりも高めの料金設定を行っていたディーラーの価格低下が著しく、業態間格差が縮まっている。

１台あたりの 24 ヵ月定期点検料金の推移（業態別）

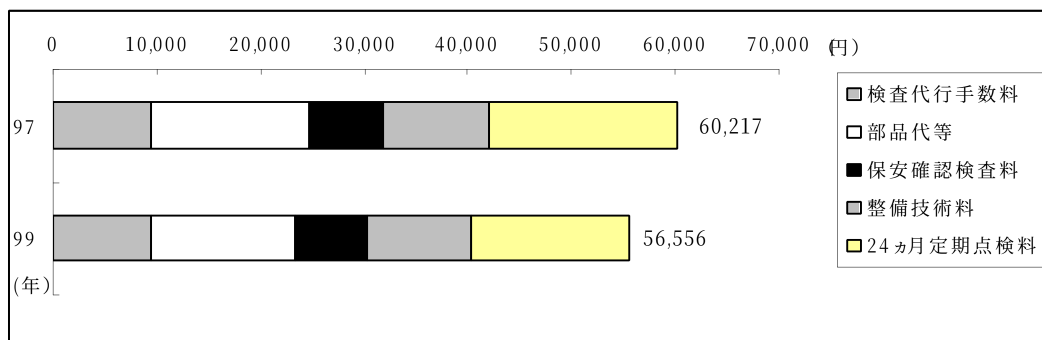


(注)ディーラーは、自動車メーカー等と新車販売の特約販売店契約を結んでいる企業の事業場。
専業工場は、自動車整備の売上高が総売上高の 50%を超える事業場（ディーラーを除く）。
兼業工場は、兼業部門（自動車、部品用品、石油の販売等）の売上高が総売上高の 50%以上を占める事業場。
(資料)社団法人 日本自動車整備振興会連合会「自動車整備白書」より作成

＜車検整備売上高の減少＞

24 ヵ月定期点検料金の低下を受け、車検費用（24 ヵ月定期点検料、整備技術料、部品代、検査料等）も、低下傾向にある。1 台あたりの車検費用は、97 年の 6 万 217 円から、99 年には 5 万 6,556 円まで低下している。99 年の車検費用の内訳をみると、24 ヵ月定期点検料（97 年比、16.1%減）と部品代等（同 9.5%減）の減少が、車検費用を押し下げている。

１台あたりの車検費用の推移

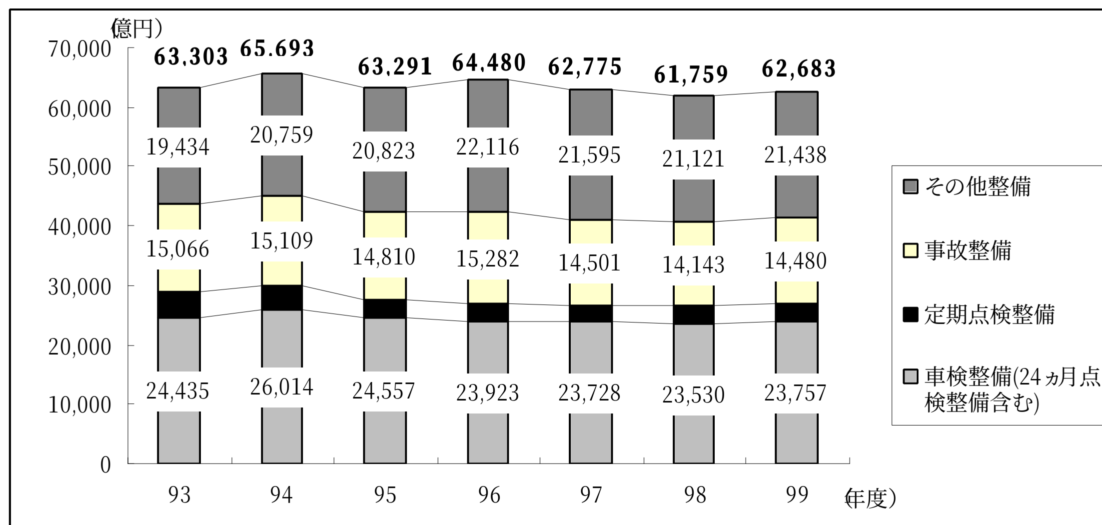


(注)排気量 1,500～2,000cc クラスの自家用乗用車の第 2 回目の車検費用。
24 ヵ月定期点検料は、定期点検項目のみの点検料金。整備技術料は、点検の結果、必要とされる調整、補充、部品交換等の整備作業を行う技術料であり、部品代等は、その際に交換が発生した部品・油脂代。保安確認検査料は、機器による検査、目視等による検査、同一性の確認等のための料金。
(資料)社団法人 日本自動車整備振興会連合会「自動車点検・整備料金実態調査(平成 9 年、平成 11 年)」より作成

24 ヵ月定期点検項目削減、車検費用の低下等の結果、整備事業の売上高も減少傾向にある。95 年度の整備事業の総売上高は、前年比 3.7%減の 6 兆 3,291 億円と減少に転じた。作業内容別にみると、総売上高の約 4 割を占める車検整備売上高の減少が著しく、95 年度の車検整備売上高は前年比 5.6%減の 2 兆 4,557 億円となり、以後、大きな改善はみられない。

従来、車検整備売上高は、自動車の保有台数の増加と 24 ヵ月定期点検等の法定需要に支えられ、安定した需要が確保されていたといわれる。95 年以降の一連の規制緩和により、消費者の選択肢が拡大したこともあり、車検ビジネスの価格競争が引き起こされ、事業者間の競争が激化している。

整備事業の売上高の推移



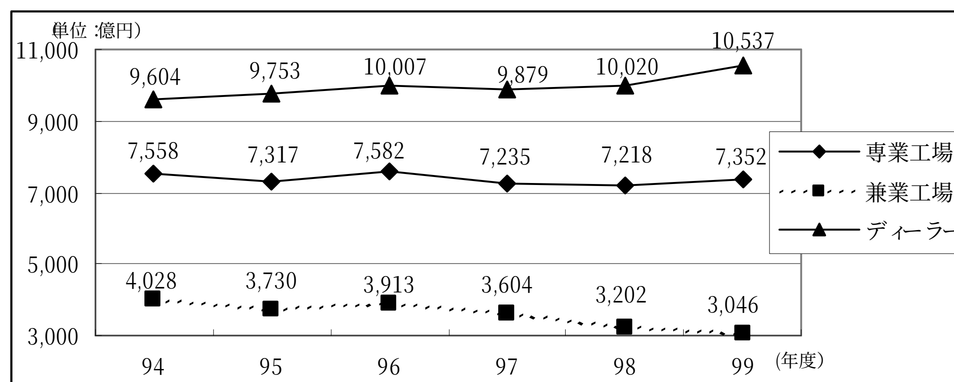
(注)車検整備は、24 ヵ月定期点検整備と車検整備売上高。定期点検整備は、1 ヵ月、3 ヵ月、6 ヵ月、12 ヵ月毎の定期点検整備売上高（24 ヵ月定期点検整備売上高は含まない）。
(資料)国土交通省「自動車分解整備業の実態調査」より作成

＜ニューサービスの導入等による部品売上高の減少＞

従来、車検や定期点検整備の内容は、整備事業者が主体的に決定することが多いといわれてきたが、95 年以降、自動車の使用者が整備事業者の情報提供をもとに自主的に決定することが推奨されるようになった。国土交通省では、整備工場による料金の適正化及び情報提供の実施を指導しているほか、96 年 11 月よりニューサービス（情報提供によるユーザー選択型指定整備）の導入を促進している。しかし、整備事業者等の提案にも関わらず整備を実施しないケースが増え、従来、車検時に行われていた部品交換が先延ばしされ、部品需要が縮小しているといわれる。

実際に、97 年度の部品売上高は、前年比 3.6%減の 2 兆 7,178 億円と減少に転じた。業態別にみると、兼業工場（前年比 7.9%減）と専業工場（前年比 4.6%減）が減少しており、特に兼業工場は 97 年度以降も減少傾向にある。

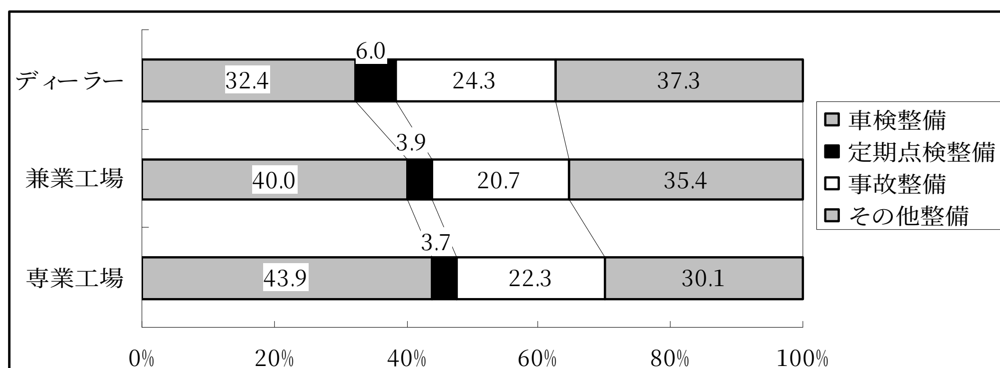
部品売上高の推移 業態別）



（注）部品売上高は、車検整備、定期点検整備、事故整備、その他整備の際に使用される部品材料売上高。
一事業場あたりの部品材料売上高に、業態別の件数を乗じて算出。
（資料）社団法人 日本自動車整備振興会連合会「自動車整備白書」より作成

他方、ディーラーの部品売上高は、新車販売が低迷する中、車検整備の合理化やオリジナルメニューの設定などを通じて整備等のサービスを強化していることもあり、97 年度に若干の減少に転じたものの、増加傾向を示している。また、これは、専業工場や兼業工場に比べ、ディーラーの事故整備やその他整備の比重が高いことも作用していると考えられる。実際に、99 年度の整備事業の売上高を作業内容別にみると、ディーラーでは、事故整備とその他整備が全売上の 61.6%を占めるが、それに比べると専業工場では 52.4%とその割合は低い。

整備事業の売上高の作業内容の内訳 業態別）



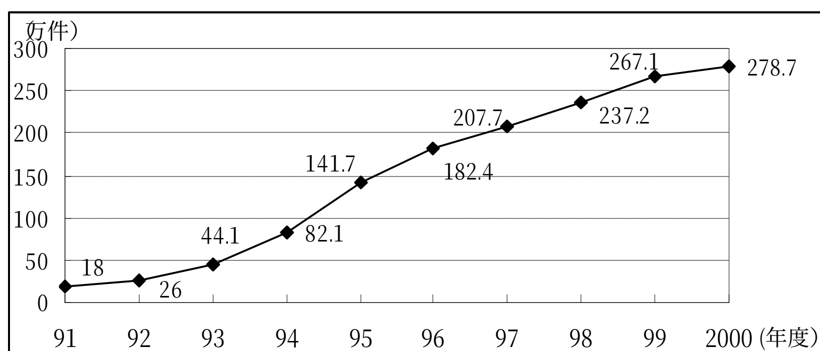
（注）99 年度
（資料）国土交通省「自動車分解整備業の実態調査」より作成

＜ユーザー車検の増加＞

従来、車検時に 24 カ月定期点検整備を併せて実施することが指導されていたが、95 年 7 月より点検整備の実施時期は検査の前後を問われないこととなった。これにより、使用者自ら（または代行業者等）が、車検を受検する“ユーザー車検”が急増した。

ユーザー車検に対する見方としては、「安い費用で車検を受けることができ、消費者の負担軽減になるので好ましい」（48.6%、有効回答数に占める割合。以下、同じ。）、「ユーザー車検に対抗して整備事業者の整備料金が値下がりしたり、サービスの内容が向上するので好ましい」（42.7%）との肯定的な見方が多勢を占める一方、「整備不良車が増加し、安全性が損なわれるおそれがあるので好ましくない」（21.2%）、「車検制度が複雑化し、消費者に混乱をもたらすので好ましくない」（8.8%）と否定的な見方をする者も多い（公正取引委員会「自動車整備業等に関する実態調査報告書（2000 年 4 月）」）。

ユーザー車検の受検件数の推移

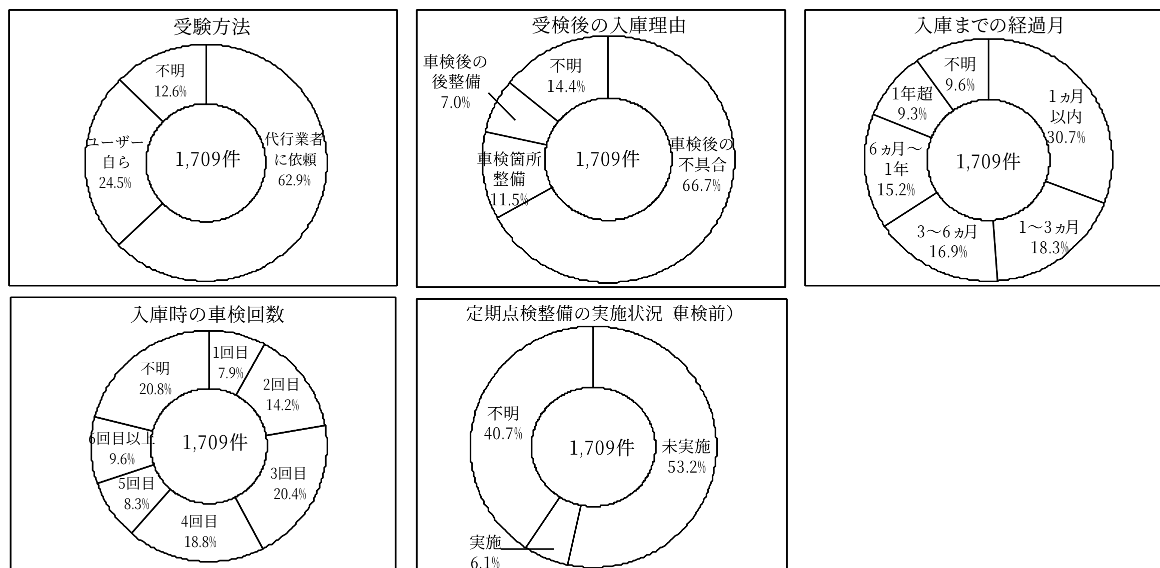


（注）件数は、ユーザー自らが検査場に持ち込んだ場合と、車検代行業者等に依頼した場合の合計台数。
（資料）社団法人 日本自動車整備振興会連合会「自動車整備白書」より作成

ユーザー車検の実施状況をみると、ユーザー車検後に整備工場に入庫した車両のうち、車検後に不具合が生じて整備工場に入庫する車両は約 7 割で、約 5 割が 3 カ月以内に入庫している。また、入庫時の車検回数が 3 回目を超える車両が約 6 割を超えるが、事前に定期点検整備を実施している割合は約 6%にとどまる。

ユーザー車検は、保安上の観点からも、自動車の使用者の保守管理責任を前提に実施していくことが求められる。しかし、前述の公正取引委員会の調査によると、規制緩和に伴い自動車の使用者の保守管理責任が明確にされたことについて、約 6 割の消費者が「知らない」と回答しており、整備不良車の増加等による自動車の保安を懸念する声もある。

ユーザー車検の実施状況



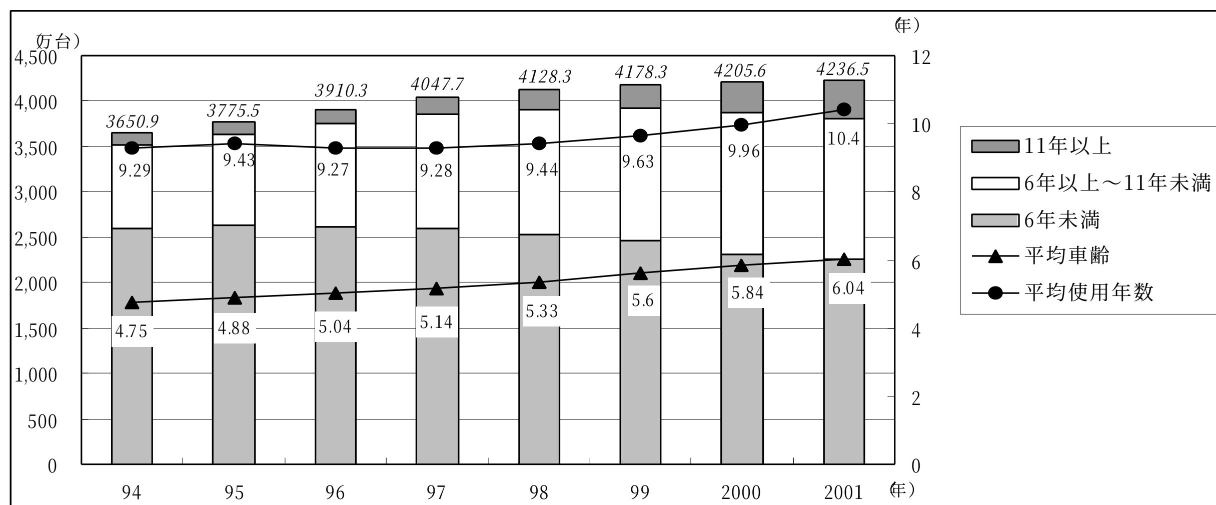
(資料)社団法人 日本自動車整備振興会連合会「ユーザー車検受検後の整備事業場入庫事例調査結果(平成 9 年～13 年 6 月入庫事例)」より作成

＜平均使用年数・車齢の長期化＞

従来、車齢が 11 年を超える自家用乗用車の自動車検査証の有効期間は 1 年だったが、95 年 7 月より 2 年に延長された。この結果、自動車の使用者の車検費用の負担が減少し、保有台数に占める車齢 11 年以上の車両の割合は、95 年以降増加傾向にある。

また、車齢 11 年超の車両の増加、自動車の性能技術の向上、景気後退による新車販売台数の伸び悩み等を受け、乗用車の平均使用年数と平均車齢も上昇している。

乗用車の車齢別保有台数と平均使用年数・車齢の推移



(注)データは乗用車（軽除く）。保有台数は、当該年の 3 月 31 日時点でナンバープレートを付けている車両（一時抹消車は含まない）。
平均使用年数は、新車新規登録年から抹消までの平均年数。平均車齢は、新車新規登録年を基にした経過年数の平均。
(資料)財団法人 自動車検査登録協力会「わが国の自動車保有動向」より作成

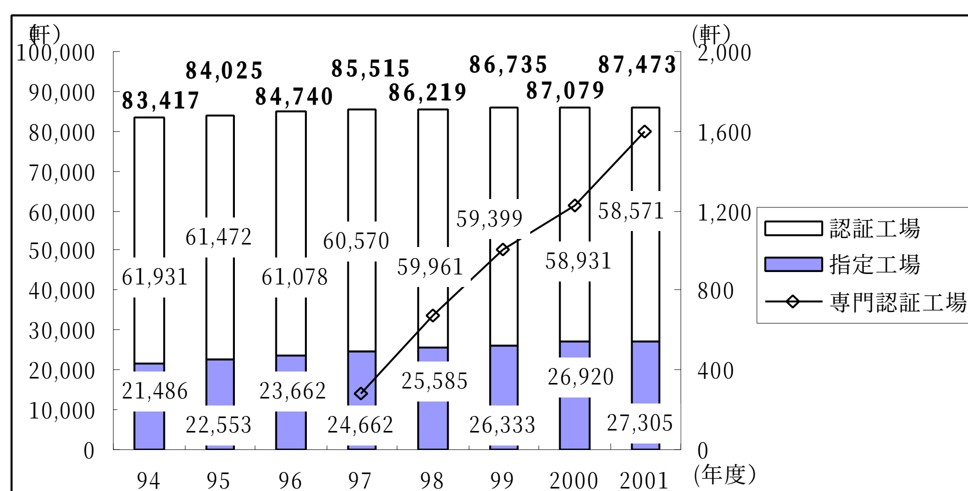
＜整備事業への新規参入の増加＞

95 年以降、車検の価格競争が活発化する中、経営の圧迫や後継者問題を抱えて、既存の整備事業者が年間約 500 軒のペースで廃業に追い込まれる一方、分解整備事業（認証工場）および指定整備事業（指定工場）の基準が緩和されたこともあり、整備事業への新規参入が増加している。

中でも、95 年以降、指定工場への参入が年々増加している。この背景としては、車検の取り込みを狙って、既存の認証工場が指定を取得する動きが活発化する一方、指定工場への新規参入が拡大していることが上げられる。カーショップ等の新規参入業者の多くは、既存の店舗に車検を行える指定工場の併設を進めており、整備事業者の多様化が進んでいる。

また、97 年 2 月に創設された専門認証工場は増加傾向にあり、2001 年 12 月時点で 1,597 工場に達している。当初、タイヤやサスペンション等を中心に整備する、米国のアンダーカーショップのような専門工場が急増するとみられていたが、現在ではそうした事業を目的とした出店は一段落したといわれる。一方、認証および指定の取得が困難な事業者が専門認証を取得し、現車持ち込みによる車検ビジネスに参入するケースが増えている。

整備事業者数の推移



（注）2001 年度は、12 月末時点の整備事業者数。図の左軸は認証工場と指定工場数、右軸は専門認証工場数を示す。

（資料）国土交通省「認証・指定・認定工場数及び新規・廃止状況」より作成

日本貿易振興会・輸入促進部

〒105-8466 東京都港区虎ノ門２−２−５
TEL（03）3582-5189
FAX（03）3583-6289